

(Extrait)
Annales du premier
Forum Formation FFC

L'environnement économique, juridique, réglementaire et social de nos activités évolue. Il mobilise chez les dirigeants de Clubs, des capacités nouvelles d'adaptation, de réactivité et d'innovation.

Ce premier Forum national jette les bases d'un programme de formation et d'une Université de cyclisme en Ile-de-France. Il pourra être démultiplié ultérieurement dans les régions pour coller au plus près des besoins des Dirigeants de Clubs et des réalités locales et développer le professionnalisme de tous les acteurs de la FFC.

Il repose sur l'organisation de trois modules ciblés animés par un binôme constitué d'un consultant praticien du Cabinet PERFORMANCES et d'un intervenant FFC. Cette pédagogie garantit l'aspect pratique et opérationnel de chaque atelier. Les échanges au cours des ateliers permettront, par ailleurs, de faire circuler, entre Clubs, les bonnes pratiques pour pouvoir les capitaliser.

Des supports transférables accompagneront la démarche et permettront à chaque participant de diffuser opérationnellement dans son environnement proche les informations et connaissances acquises lors du Forum.

Du fait de ses objectifs, le programme s'adresse à tout responsable de Club quelle que soit sa taille, actuel ou futur dirigeant.

Développer et gérer les ressources humaines des salariés et des bénévoles

Présentation
d'Eric FREMICOURT

contact@performances-pmi.com

Animateur FFC : Isabelle GAUTHERON

Les 4 séquences de notre atelier

Trouver en commun des réponses à quatre questions.

Comment :

- Développer, dans nos clubs, l'implication personnelle ?
- Promouvoir nos valeurs ?
- Renforcer nos compétences ?
- Préparer les transmissions ?

Promouvoir nos valeurs

Le cyclisme est perçu comme un sport ayant des valeurs très fortes par la plupart des licenciés interrogés. Voici selon eux, les valeurs propres au cyclisme :

- Rigueur, constance, dépassement de soi, persévérance, goût de l'effort.
- Respect des autres, loyauté et humilité.
- Evasion, découverte et respect de la nature.
- Passion et plaisir.
- Amitié, camaraderie, fraternité, convivialité, solidarité, esprit de groupe (même si c'est un sport individuel).



De manière générale, la FFC est perçue de façon positive par ses licenciés : 60% des personnes interrogées sont mêmes fières d'y appartenir. Ils la considèrent comme une « *grande fédération, sérieuse et formatrice* », qui répond le plus souvent à leurs attentes

(Extraits d'une étude réalisée auprès de 300 licenciés de la FFC par l'ISTEC en janvier-février 2010)

Préparer les transmissions

Comment faire le choix d'un successeur ?

- Se préparer soi même psychologiquement à la transmission
- Analyser les besoins du Club et en déduire les qualités/profils à privilégier.
- Confronter cette analyse aux profils disponibles en interne.
- S'assurer des capacités des personnes à incarner les valeurs et à disposer du leadership en interne et en externe
- Elaborer un plan de transmission : justifier et expliciter le choix en interne, former, définir un plan graduel de transfert de responsabilités
- Coacher et encadrer fortement au départ puis, progressivement, favoriser l'autonomie

Sécuriser et organiser son Club

Présentation
d'Arezki GUIDDIR

contact@performances-pmi.com

Animateurs FFC : Jean-Pierre GIBOURDEL
et Christophe LAVERGNE

Notre programme atelier 2

GESTION TRANSPARENTE

RESPONSABILITE DES DIRIGEANTS

ATELIER 2 :
SECURISER ET
ORGANISER UN CLUB

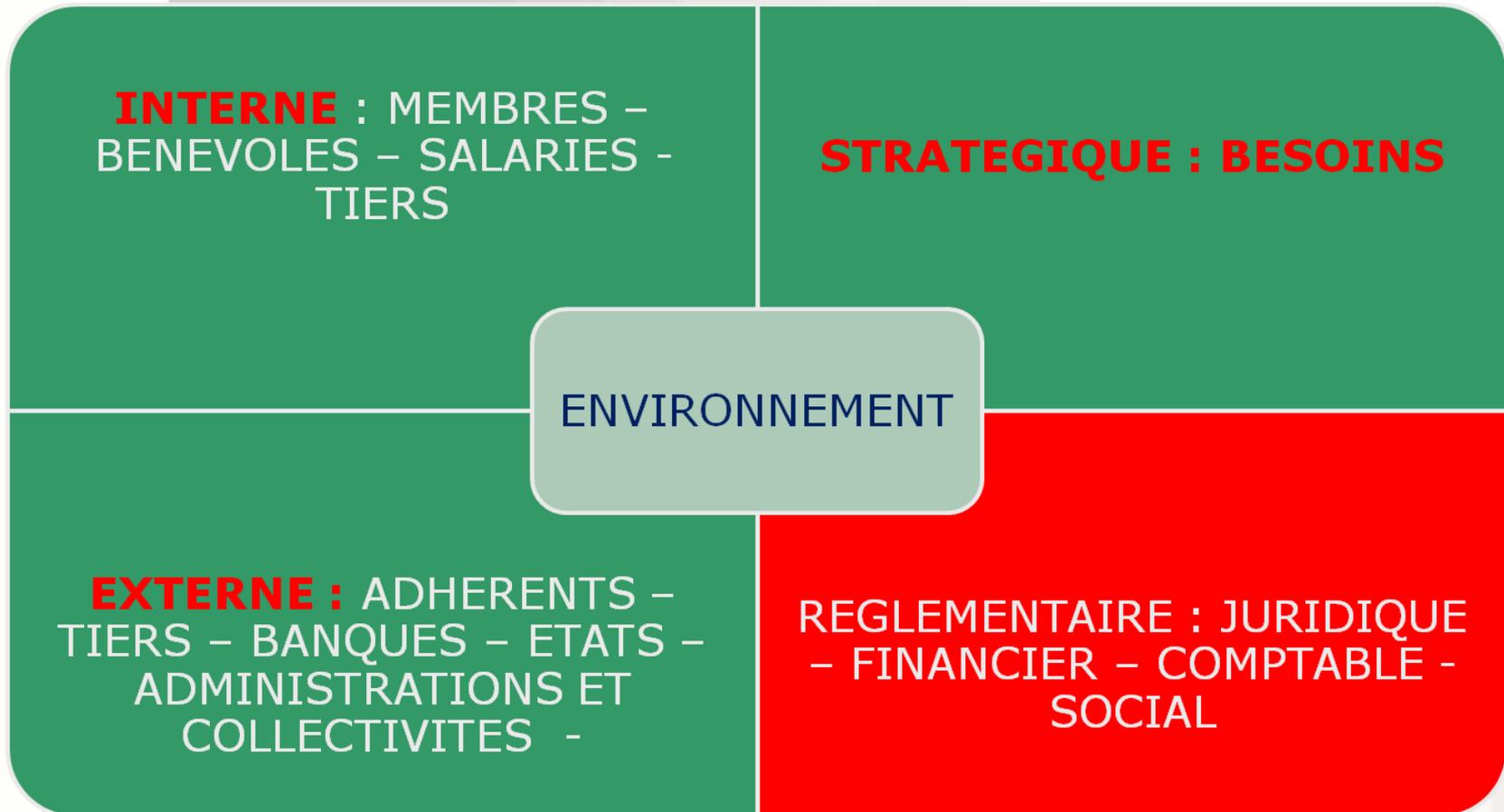
ORGANISATION D'UN EVENEMENT
SPORTIF

ORGANISATION FINANCIERE ET
COMPTABLE

Rappel : organisation du projet club



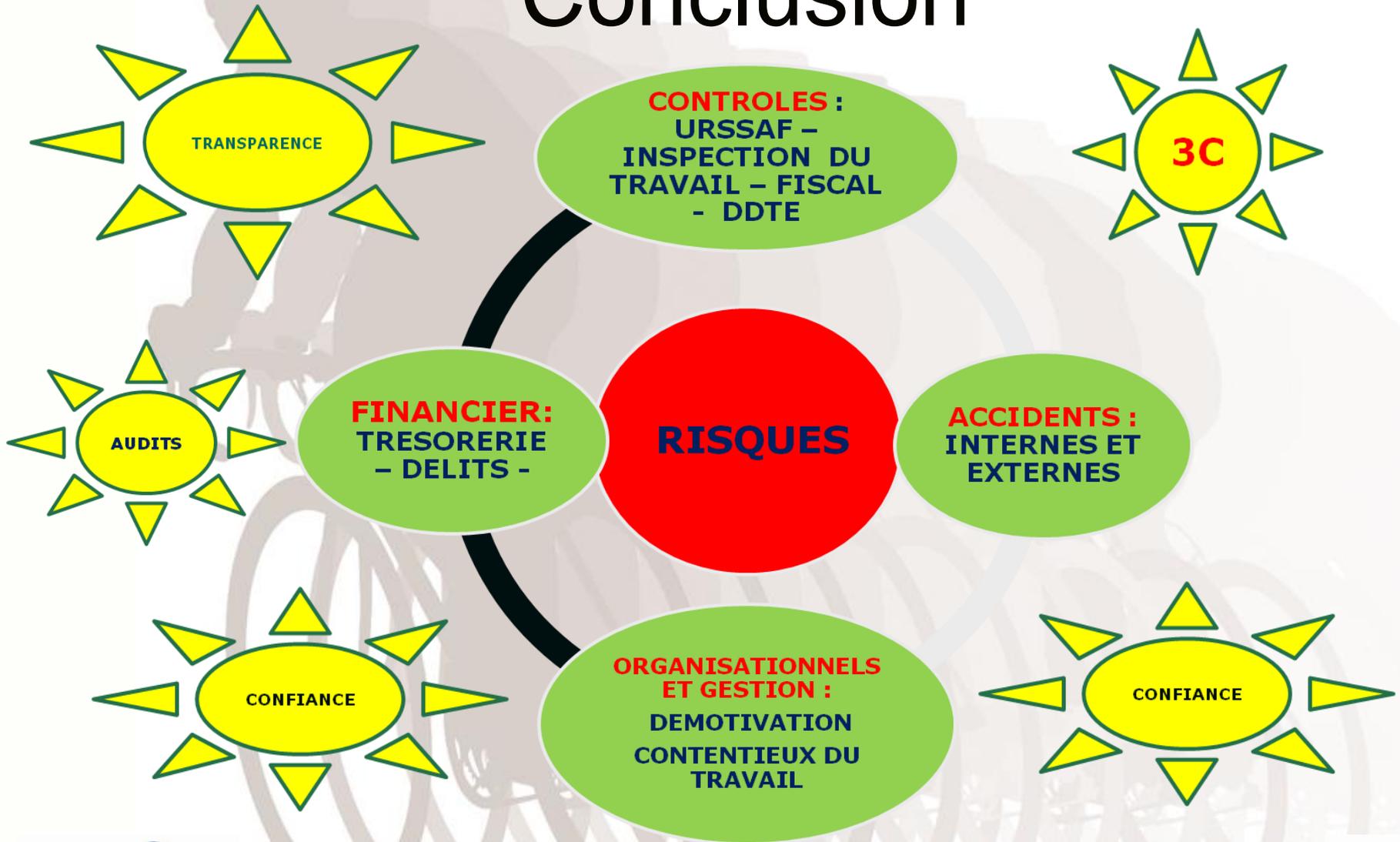
Intégrer et mesurer le facteur risque dans les activités



Faire un diagnostic

- Inventaire exhaustif des risques (diagnostic – évaluation)
- Conditions :
 - connaissance de la structure
 - collecte de documents + entretiens
 - constitution de documents complémentaires
 - évaluation de la mission (espace – temps)
 - validation des résultats par la direction

Conclusion



Développer son Club et innover

Présentation
d'Hugues DE MAISONNEUVE
contact@performances-pmi.com

Animateur FFC : Sylvie PASQUALIN

« Développement et innovation »

Objectifs de l'atelier

- Apporter, en groupe, des réponses aux quatre questions suivantes :
- Mettre en œuvre un marketing local
- Développer des partenariats
- Vendre une manifestation à une collectivité
- Dynamiser la communication du Club

Mettre en œuvre un marketing local

Les attentes des licenciés vis-à-vis de la FFC :

Une étude réalisée auprès de 300 licenciés en janvier-février 2010 définit globalement les attentes vis-à-vis du Club autour de quatre composantes:

- Diffusion des valeurs du cyclisme
- Organisation et encadrement d'événements
- Proposition des services associés à la licence (Offres à tarifs préférentiels avec partenaires, Plans d'entraînement...)
- Renforcement de la communication avec ses licenciés (infos, calendrier, événements...)

Comment le Club peut-il améliorer ses réponses à ces attentes ?

Dynamiser la communication du Club

Quelques exemples:

- signature d'un accord de partenariat
- organisation d'une journée portes ouvertes / animations-démonstrations en vue de susciter de nouveaux licenciés
- organisation de journées/retransmissions d'étapes à l'occasion du Tour de France ou autres courses emblématiques (présence d'une ancienne gloire du cyclisme ou d'un interlocuteur reconnu pour répondre aux questions...)
- organisation de « circuits découverte » en vélo à l'occasion des Journées du Patrimoine.....

Ces événements étant autant de supports permettant de fournir de la matière aux médias pour démultiplier la communication

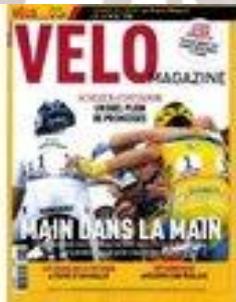
Dynamiser la communication du Club

d) Etablir un calendrier sur la saison des temps forts sur lesquels communiquer.

e) Lister tous les supports et contacts médias à solliciter en regard de votre calendrier de temps forts:

Concernant ce point, nous vous recommandons d'explorer le plus largement possible ce qui est apporté par vos proches partenaires (supports FFC et Comités Régionaux, supports CNOSF et CROS, CDOS, supports de vos interlocuteurs institutionnels, de vos partenaires...)

f) Identifier quelques contacts clés et assurer un suivi relationnel



RMC.fr



Complément : Dynamiser la communication du club par internet

Présentation
de Pierre-Yves MAZALTARINE
contact@performances-pmi.com

Animateur FFC : Sylvie PASQUALIN

Dynamiser la communication du club par internet

3 grands moyens pour promouvoir et communiquer sur Internet.

- La communication par mail : Il est important de posséder les adresses mails de ses adhérents ou de personnes intéressées par le club. C'est maintenant un moyen de communication très répandu au même titre que le téléphone ou le courrier.
- Le site internet : il peut-être un site vitrine ou un site dynamique. C'est un formidable outil de promotion car il permet facilement la visualisation de contenus (articles, photos, vidéos...) associés au club, ainsi que des inscriptions et recrutements en ligne.
- Les réseaux sociaux : leur nombre ne fait que croître ces dernières années. Leurs usages de base sont assez spécifiques (partage de vidéos, de photos, retrouver des amis...) mais sont souvent détournés à des fins promotionnelles à faible coût.