



LIGUE NOUVELLE-AQUITAINE DE JUDO, JUJITSU, KENDO ET DISCIPLINES ASSOCIEES

REUNION COMMISSION COMMUNICATION

LE SAMEDI 06 FEVRIER 2021

EN VISIO

1. Présents

Manuel Bertrand, Michel Brousse, Bob de Saint Pol, Manon Druaux, Elodie Faure (1ère partie), Sandrine Galopin, Fabrice Labarrère, Stéphanie Martin (partiellement), Damien Piau, Thomas Rouquette, Christèle Rousset, Jérôme Talbot, Jocelyne Triadou

2. Ordre du Jour

- Tour de table : présentation et attentes
- Les axes
- La gouvernance
- Les règles d'or

3. Tour de table

Les principales attentes issues du Groupe sont :

- Sincérité et respect,
- Actions, informations et pratiques profitant à tous les acteurs de la Ligue (Comités, clubs)
- 1 Ligue, 1 identité
- Impact potentiel sur les licences,
- Montrer que le judo est plus qu'un sport, associer le Jujitsu et le Taïso
- Rattraper le déficit de communication, changer l'image de la Ligue en diffusant des informations utiles et de Qualité
- Communiquer peu mais bien
- Ressort et réactivité, agir en évitant les lourdeurs internes,
- Informations solides et rapides
- Primordial de s'appuyer sur une bonne communication pour toutes les actions de développement
- Attirer du monde sur les communications,
- Adapter les vecteurs de communication aux contenus
- Mettre à disposition des données et informations pour la nouvelle génération
- Cohérence entre les communications de Comité et de Ligue
- Optimiser le temps consacré à des actions concrètes et utiles
- Ruche permettant d'expérimenter, sortir des sentiers battus, donner une image forte de la Ligue
- Servir les clubs, partager, dynamiser, rallumer le feu, bien identifier les cibles



LIGUE NOUVELLE-AQUITAINE DE JUDO, JUJITSU, KENDO ET DISCIPLINES ASSOCIEES

4. Axes de communication – Niveau stratégique

A. Communication institutionnelle

Présentations

Actions de présentation du Conseil d'Administration et des Commissions avec des photos de photographes, harmonisées et de Qualité → reporté à des temps où nous pourrons nous réunir

Support de Ligue

Modèles de lettres, compte-rendus, présentations avec format unique, logo et mise en forme → possible de demander au secrétariat de créer ces supports et de les utiliser systématiquement dans les communications → Élodie

B. Communication interne

Cibles

Il ne sera pas possible de courir toutes les cibles à la fois, le champ est trop vaste. Il faut privilégier certains domaines et certaines actions pour être efficace.

Un travail de définition des cibles est préalable. Il sera mené par échanges intra-commission sur le groupe WhatsApp en consultant l'avis de chaque Comité ; les besoins seront différents, le but n'est pas d'uniformiser, mais de répondre à chaque besoin de façon cohérente en conservant une identité.

La question de l'identité à donner à la Ligue reste à définir → question à poser au CA de Ligue.

Premières propositions : parents de pratiquants, jeunes pratiquants, clubs

Moyens

Il est nécessaire d'identifier pour toute l'olympiade un ou plusieurs photographes couvrant les principales animations de Ligue. Le nom de Jean-Bernard Dalleau qui a contribué à la campagne de rentrée 2020 est avancé par Christèle.

Pour les autres animations, chaque département peut s'il le souhaite faire connaître les photographes / vidéastes souhaitant participer aux communications de Ligue en tant que de besoin pour créer une communauté de talents.

Pour le montage de vidéos, Jérôme Talbot se propose de mettre ses compétences à disposition. Michel Brousse en profite pour lui demander de retravailler la vidéo du Kagami Biraki.

Vecteurs

Toutes les informations ne sont pas de la même importance ou de la même qualité, leur diffusion s'effectue en fonction du type de vecteur.

4 vecteurs de communication sont retenus dans un premier temps :

- Réseaux sociaux : domaine de l'instantanéité et de la volatilité, objectif de relayer rapidement les infos pertinentes. Décision du Groupe de générer un flux de 4 à 5 publications par semaine pour inciter le public à se rendre sur la page → gestion Manon



LIGUE NOUVELLE-AQUITAINE DE JUDO, JUJITSU, KENDO ET DISCIPLINES ASSOCIEES

- Facebook : public de parents ; un renvoi vers le site Internet de la Ligue / la chaîne You Tube doit être privilégié pour des contenus plus pérennes et formels.
- Instagram : public de 15 à 30 ans. Mêmes publications que Facebook, personnalisées au public si besoin. A créer.
- Chaîne You Tube : objectif de conserver les productions de qualité à exploiter dans le temps. A créer ➔ Manon avec l'aide de Jérôme
- Site Internet : en cours de bascule sur le nouveau site défini par la FFJDA ➔ gestion Elodie, communiquer sur date de mise à disposition du nouveau site. La commission doit ensuite statuer sur l'arborescence et le contenu du site

L'utilisation de LinkedIn est discutée sans décision ferme de créer un profil ➔ Bob pour en proposer une utilisation efficace

Contenus

Les contenus nouveaux / spécifiques sont systématiquement validés par la Commission Communication et l'Exécutif de Ligue, fut-ce de façon simplifiée

- Disponibles en libre accès sur Internet : peuvent être ponctuellement promus sur nos vecteurs sur proposition d'un membre de la Commission ou de la Ligue ; ce n'est pas l'axe privilégié.
- proposés par les Comités : doit-on encourager les Comités à partager des contenus qui pourront être directement utilisés par la Ligue si retenus ou adaptés ou simplement proposés comme ressource aux autres Comités ➔ à débattre Groupe via WhatsApp
- Contenus informatifs classiques : calendrier, formations, résultats, etc. : mode de communication inchangé, pas un axe pour le Groupe.
- Contenus Ligue :
 - Chaque commission définit le contenu qu'elle souhaite partager, le produire et le planifier dans le temps.
 - Le secteur Communication prend le relais pour la mise en cohérence des informations et le timing de diffusion.
 - Exemple de la commission culture : mondo et kogi en partenariat avec la Ligue Occitanie. Michel privilégie le site Internet pour la diffusion ; possibilité également de proposer le lien via Facebook pour chaque événement dans l'attente. *Accord du Groupe pour cette action ?*

5. Gouvernance – Niveau organisationnel

1 réunion par mois, en visio pour l'instant

Échanges en continu sur WhatsApp

Attention à ne pas vouloir tout contrôler : risque important de perte de temps, ou de surcharge de travail ➔ faire confiance aux gestionnaires des contenus (Manon, Elodie, qui se retournent vers la Commission pour les contenus nouveaux ou spécifiques



LIGUE NOUVELLE-AQUITAINE DE JUDO, JUJITSU, KENDO ET DISCIPLINES ASSOCIEES

6. Règles d'or – Niveau opérationnel

Qu'ils soient externes ou internes, les contenus communiqués avec une identité Ligue doivent faire systématiquement l'objet d'une validation par le secteur Communication selon des critères suivants au minimum :

- Qualité
- Nouveauté
- Intérêt pour le développement de Judo
- Image de marque et valeurs de la Ligue → CA de Ligue
- Respect des partenaires

7. Nos premières actions

Comptes Instagram, Page You Tube → Manon

4 / 5 publications hebdomadaires réseaux sociaux → contenus à proposer et discuter par le Groupe en continu

Relayer les Mondo et Kogi NA / Occitanie → voir ci-dessus, en cours par Michel

Statuer sur l'arborescence et les contenus à proposer sur le site → à l'ordre du jour de la prochaine réunion du Groupe

Idées de thématiques issues de la réunion des référents de Commissions tenue en décembre, à rediscuter avec le Groupe:

- Article dans la revue du Conseil Régional → Claude
- Réhabilitation du passeport Jeune → Bob, issue de l'initiative CD40
- L'Abécédaire des personnalités du Judo néo-aquitain, du présent et du passé → Michel

Construire un budget → Fabrice