



FÉDÉRATION FRANÇAISE DE RUGBY

COMITÉ DE CÔTE BASQUE – LANDES

5 avenue Raoul Follereau - 64100 BAYONNE – Tél. 05.59.63.36.57 – Télécopie. 05.59.63.26.26

E-mail : 3011y@ffr.fr - Site internet : www.comitecbl.com

AMBITION 2020

Comité de Pilotage - Réunion du 2 Septembre 2015

Présents: Jean-Baptiste Lamote, Thierry Dulucq, Laurent Suzanne, Pierre Sein.

Excusés: Pierre Balirac, Michel Dupuy, Bernard Laporte, Gilles Peynoche.

La cinquième réunion du comité de pilotage « Ambition 2020 » s'est tenue de façon restreinte compte tenu des absences. Cependant, elle a été maintenue avec comme ordre du jour l'examen de la problématique « communication ».

L'essentiel de la discussion a ainsi tourné autour du rapport remis par Pierre Sein, président de la commission communication, sur **les forces et faiblesses du comité en ce domaine** dont le Président Balirac avait fait, lors de son élection, une des priorités.

Sans tirer absolument un satisfecit de la situation, il convient quand même de mettre en exergue le grand pas en avant effectué par l'ensemble des composantes de notre entité.

1.- UN VRAI OUTIL.

La prise de conscience des dirigeants, l'implication des personnels et l'action menée ont permis de mettre en place **un outil numérique opérationnel**. Il n'est plus un complément d'équipement mais bel et bien **un outil de communication pour le comité**.

- **Le site internet** a été remis à niveau. Il est interactif et enregistre une progression régulière des visites de l'ordre de 20%.
- **La page Facebook** attire sur une info « normale » une moyenne de 1200 clics.
- **La Newsletter** est installée (la N°18 est émise). Elle est mensuelle et régulièrement éditée. Elle est porteuse d'un dossier mensuel, d'infos territoriales et nationales. Près de 4000 abonnés la reçoivent. Elle est mise sur le site dès sa parution.

Tant sur le site que sur la Newsletter et sur la page Facebook, des espaces ont été créés pour la commercialisation des annonces de nos partenaires.

Le personnel du comité est formé. Il **a fait sien l'outil** et peut accéder à toutes les formes de communication numériques proposées.

2.- QUELQUES FAIBLESSES.

Cependant, cette mise en place présente encore des faiblesses dont on peut espérer qu'elles soient à terme corrigées. Il y a par exemple ce **déficit chronique de reconnaissance des activités du comité** par ses ressortissants et à l'extérieur qui freine l'adhésion générale à la « tribu Côte Basque-Landes ».

On note également des **difficultés pour les clubs et pour leurs dirigeants à appréhender l'importance de cet outil numérique** (Cf. les réticences de certains d'entre eux de fournir pour la banque de données des adresses e-mail de partenaires institutionnels ou privés).

Plus ennuyeux, nous notons une **inefficacité (chronique ou passagère?) pour les actions de partenariat à investir et exploiter les nouveaux espaces publicitaires fournis par l'équipement numérique**. Il faut maintenant parvenir à mettre en place une véritable démarche de persuasion commerciale, créer un outil de promotion et de séduction en faisant valoir la qualité du service rendu au rugby territorial.

On relève également une **insuffisance de formation de la part des dirigeants et bénévoles en termes de fourniture d'informations, de connaissance de la technique numérique, ainsi qu'en termes de démarche commerciale.**

Des actions ciblées seront à imaginer et à mettre en place pour corriger ces lacunes.

3.- DE REELLES OPPORTUNITES

Cette mise à disposition d'un outil numérique dont les capacités sont multiples **peut et doit répondre** à tout le questionnement du comité, des clubs et des licenciés et **à la demande d'information qui remonte de la base.** Elle peut et doit être une réponse au déficit d'image du comité et de sa politique.

Ainsi, dans le droit fil de la décision fédérale de mise en place d'un outil de visioconférence entre le siège fédéral et le siège du comité, **le comité de pilotage se propose de réfléchir à une extension de ce réseau vers quatre ou cinq points** dans le périmètre territorial (Mont de Marsan, Dax, Orthez, Garazi, par exemple).

Cet accès multiplié peut être envisagé pour faciliter la relation, la communication et la transmission d'informations ou de formation. La géographie locale joue favorablement en notre sens. La densité de la population « pro-rugbyistique » territoriale et extra-territoriale peut ainsi constituer un personnel captif pour une large propagation d'informations et de communications.

De la même façon, **la présence d'un environnement économique actif**, performant et généralement favorable au fait rugbyistique **est une donnée essentielle** dont il faut savoir tirer partie. Elle peut supporter la possibilité offerte par la vitrine sportive du comité (les sélections) de générer une recette commerciale. En outre, l'attractivité du comité peut prétendre créer ou héberger des événements sportifs ou extra-sportifs susceptibles d'accentuer l'image positive de l'entité territoriale et... générer une recette commerciale

4.- QUELLES LECONS ?

Notre population est à la fois jeune.... et âgée. Ce paradoxe est tout à la fois une force et un handicap dans une société numérique qui évolue très vite et condamne tout aussi vite les vecteurs traditionnels de la communication.

La menace essentielle pour le comité est de devenir « inaudible » et par voie de conséquence de se retrouver éloignée de toute forme de ressources. La difficulté s'est accrue de faire valoir les actions du comité auprès des médias souvent tournés vers l'événementiel et l'omniprésence du professionnalisme. Il y a donc une **obligation de créer son propre réseau captif tout en continuant auprès des médias les actions de sensibilisation**

Sous peine de restriction de la ressource pécuniaire, il est **urgent d'intéresser les partenaires au fait « Côte Basque-Landes »** et au bien-fondé de la démarche auprès des populations de jeunes de notre comité (compétitions, sélections, formations). Dans une économie contrainte, il est essentiel d'avoir autant de « faire savoir » que de « savoir-faire »...

Parmi les suggestions possibles: **la création d'un pool de partenaires pour soutenir les sélections.** Nous avons l'obligation pour rester sur les écrans radar de pratiquer l'« ouverture » et l'explication sur les missions du comité aux autres secteurs actifs de la société (institutions, administrations, chambres consulaires, entreprises, université, lycées, collèges)

Nous devons, paradoxalement, **mettre en place la communication de demain** alors que celle d'aujourd'hui n'a pas toujours été bien comprise. Le numérique est un outil et un atout. Il n'est pas d'utilisation onéreuse à partir du moment où le « tuyau » a été mis en place. Ce qui est le cas pour notre comité.

Malgré la diversité des publics, il peut permettre de fournir une information, générale, rapide, complète en dehors des vecteurs traditionnels (journaux, radios, TV...)

Il faut **parfaire cette utilisation du numérique.** Aller plus avant dans l'investigation de ses possibilités (mise en place, par exemple de la vidéo par le biais de You tube). Il est nécessaire de renforcer le site de CBL, comme lieu de dépôt, de diffusion d'une information spécifique et introuvable ailleurs. Il convient également d'interroger d'autres partenaires médias comme les chaînes TV-internet (voir l'expérience menée par le Boucau Tarnos Stade et les espoirs de l'Aviron)

Il est indispensable de faire rapidement « grossir » la tribu Côte Basque-Landes avec l'appui et l'accord des clubs. La création d'une banque de données est essentielle. Il s'agit de faire gonfler les abonnements à la News, de fidéliser d'autres publics plus jeunes par les réseaux sociaux

Il faut penser **l'utilisation des éléments de communication du comité comme des leviers** pour une sollicitation « nouvelle » du partenariat.

Le bénévolat dans les clubs a ses vertus, sa légitimité et son importance: il devient **nécessaire de le professionnaliser** suffisamment pour qu'il parvienne à gérer entre autres choses les nouveaux outils de communication. En ce sens, on peut imaginer des formations à l'info, aux bases du numérique. Ce serait, à terme, une bonne façon d'apporter aussi une reconnaissance au bénévole et à son travail...

Pour conclure, nous devons **prendre garde d'éviter les effets de « la fracture numérique » qui crée un fossé entre « ceux qui savent faire » et « ceux qui ne savent pas »**. Tout au moins nous nous devons d'en atténuer les méfaits afin que l'information coure partout et au même niveau dans tous les rouages de notre comité.

Il est également primordial de **parvenir à intéresser quelques éléments « jeunes » de notre tribu à la pérennisation et à l'amélioration constante de notre outil de communication.**