

**Réunion des présidents du comité directeur CODEP Rhône et Lyon métropole
du mardi 21 juillet 2020 – Visioconférence**

La séance est déclarée ouverte par le président du Comité Départemental Rhône et Lyon Métropole, Marc PETIT.

Le secrétariat est tenu par Patricia AUDOUY, secrétaire adjointe.

1. Feuille de présence

Présents :

***Comité directeur :**

Marc PETIT, Président

Patricia AUDOUY, Secrétaire adjointe

Luc PAILLET-PETIT

Renaud HELSTROFFER, Président adjoint

Denis CARRION, Conseiller

***Commissions :**

Henri FANTON, Président commission audiovisuelle

Benoit PHILIPPS, Président commission souterraine

***Prestataire digital marketing :** Anne Claire GIRARD

Excusés :

Sylvie HUSSON, Secrétaire

Clubs représentés :

UJSM

CLUB SUBAQUATIQUE LUGDUNUM

LE NAUTILE

ABYSSE PLONGEE

GOLDEN CLUB SUBAQUATIQUE

SECTION PLONGEE PIERRE BENITE

AQUARIUS

LYON PALME SAINT FONTS

PLONGEURS DES MONTS DE TARARE

URSRSA

CYRNEA

LOUP PENDU

LYON SPORT METROPOLE

LE LAGON

CASC

CLUB SUBAQUATIQUE BEAUJOLAIS

LES GONES A BULLES

THALASSA

Excusé : PARADIS SOUS MARIN

Projet présenté par Marc PETIT, Renaud HELSTROFFER et Anne-Claire GIRARD

Objectif :

Le CoDep Rhône et Lyon Métropole souhaite mettre en place un plan de relance. Suite au Covid 19, les clubs du Rhône ont perdu environ 400 licenciés sur la saison 2019/2020 par rapport à la saison précédente. L'avenir reste incertain et ce phénomène risque de s'amplifier sur la saison prochaine.

L'objectif de ce plan de relance est de dynamiser les futures inscriptions dans les clubs. Les principaux acteurs seront les clubs et le CoDep accompagnera ces clubs dans leur démarche. L'accompagnement se fera par l'intermédiaire d'une campagne de marketing digital au travers des réseaux sociaux, et en s'appuyant sur les actions ou événements fédéraux et des clubs, sur des témoignages ou portraits issus des clubs, permettant de valoriser les activités subaquatiques.

Le CoDep a fait appel à un professionnel de la communication.

Etat des lieux :

- Nécessité d'identifier les cibles que nous souhaitons toucher.
- Utilisation des réseaux à notre disposition : Facebook, Instagram, tweeter...
- Profiter des événements déjà existants ou prévisionnels pour dynamiser cette communication
- Variété des thèmes du fait de la diversité des commissions
- Les clubs seront moteurs et porteurs des actions à travers les activités.
- Focus sur des zones géographiques afin d'avoir des actions ciblées.

Définir un plan de stratégie éditoriale :

*Utilisation de tous les moyens à notre disposition, aussi bien les réseaux sociaux liés par le CoDep mais aussi par les sites internet existants des clubs.

*E mailing à toute la base des clubs du Rhône pour communiquer sur la démarche. A ce jour, cette base adhérents a été demandée à la FFESSM mais au vu des conditions du RGPD, cela ne sera pas possible de l'obtenir à ce jour. De ce fait, chaque club se chargera de transmettre l'information à ses adhérents.

*Identifier les activités de rentrée, actions attractives, événements, en fonction des zones géographiques (baptêmes, initiation découverte, carrefour des associations...) afin de les mettre en valeur.

*Le CoDep se chargera d'envoyer des posts, en mode teasing en annonçant les événements de la rentrée afin de rassembler un maximum de personnes.

Le site du CoDep a été remanié ces derniers mois avec la présence d'une carte interactive permettant d'identifier les piscines mais aussi les clubs.

Dans le cadre de ce plan de communication, il va être nécessaire de :

- Créer un rétro planning de diffusion : rythme, périodicité
- Varier les supports : vidéos, photos, articles.

Ceci est possible qu'à partir du moment où les clubs sont les acteurs de cette communication à travers les informations que ceux-ci peuvent délivrer au CoDep.

- Varier les types de contenus, de préférence proches du terrain et dans l'action, immersion dans la vie d'un club : témoignages adhérents, d'encadrants, présidents de club...
- Mettre en relation les posts avec le calendrier des événements des clubs sur la page du site.
- Nécessité, à chaque publication, de citer le club et la FFESSM afin de donner du sens et de la cohérence à la communication.
- Nécessité d'élaborer des montages vidéo courts et des photos de qualité. En sachant, que montrer une personne en activité reste plus parlant qu'une photo.

Concrètement :

Avant le 15 août, il est demandé aux clubs de renseigner un questionnaire sur les actions qu'ils souhaitent réaliser entre début septembre et fin octobre. Ceci permettra au CoDep d'avoir des informations sur les actions prévisionnelles des clubs. Ces éléments représenteront une base de données qui permettra au CoDep de hiérarchiser la communication selon les thèmes.

Le CoDep a choisi quatre événements particuliers :

- Le forum des associations
- Journées découvertes nage avec palmes pour les jeunes le 19 septembre 2020
- La semaine du baptême du 21 au 26 septembre 2020
- Le nettoyage de la darse de confluence le 24 octobre 2020

Pour la semaine du baptême, il serait souhaitable que les clubs puissent initier cette activité sur la semaine prévue, mais les dates énoncées restent qu'une proposition. Certains clubs mentionnent leurs difficultés de réalisation en lien avec les réouvertures des piscines parfois prévues que fin octobre ou encore non connues.

Il peut être aussi possible de mutualiser les moyens aussi bien en disponibilité piscine que d'encadrants afin de pouvoir réaliser un certain nombre de baptêmes.

Au vu des différents échanges et des contraintes organisationnelles, une colonne supplémentaire sera intégrée, dans le questionnaire où les clubs pourront mentionner la semaine convenant le mieux pour la réalisation des baptêmes.

Présentation du plan de communication par Anne-Claire GIRARD

La mission définie par le CoDep a un objectif de notoriété, de visibilité et d'acquisition. Réflexion sur différents médias avec lesquels la communication sera possible à partir des 4 événements cités précédemment.

Anne-Claire préconise d'avoir, en amont, une annonce dans la presse des événements proposés par le CoDep en provenance des clubs avec un lien vers la page du CoDep et relayer cet article sur les réseaux sociaux et ensuite rédiger des articles sur le site du CoDep.

Proposition de 4 articles en 1 mois ou 2 (1 article tous les 15 jours). Ces articles seront aussi partagés sur les réseaux sociaux. Il peut être aussi rajouté des publicités sponsorisées sur Facebook et sur Instagram.

Puis une action plus ciblée, par événement, en communiquant avant, pendant et après.

Quelle est la démarche pour les clubs intéressés pour participer à ce plan de relance et à cette campagne de communication ?

Un fichier partagé est à la disposition des clubs sur un drive. Ce fichier est à remplir par le club avec différentes informations concernant le club, le référent, les réseaux sociaux existants, l'évènement, date....

Lien vers le fichier pour les clubs :

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1hyooD0hEetsCACCMRK2xR81ijlcS49dBgDkEWuHYUbg/edit?ts=5f13080e#gid=0>

Ce fichier est à remplir pour le 15 août au plus tard.

Le CoDep travaillera sur le plan de communication, avec les informations données par les clubs, de façon très concrète, entre le 16 et le 23 août 2020.

Une réunion sera reprogrammée à partir du 25 août 2020 pour validation du plan.

La Secrétaire Adjointe

Le Président

Patricia AUDOUY

Marc PETIT

