



Projet de développement LIGUE 2017 – 2020

LE CONTEXTE ACTUEL DU SPORT EN FRANCE

Les nouvelles pratiques sportives

Depuis les années 80, le sport de compétition perd du terrain par rapport aux pratiques de loisir. L'augmentation du temps libre (RTT) et de la durée de vie laisse plus de place aux loisirs, et le sport est également concerné. Les méthodes actuelles de consommation ont créé le loisir sportif marchand et le spectacle sportif, qui génèrent des sommes d'argent considérables.

Il est à noter qu'aujourd'hui, 40 % des emplois dans le milieu sportif le sont au sein de structures privées de loisir marchand.

Les mouvements des aides de l'état

Vous n'êtes pas sans savoir la fragilité des subventions et leur baisse non seulement annoncée mais effective. Il serait donc irresponsable de continuer à s'appuyer sur un financement du sport majoritairement public.

Les futurs mouvements de l'organisation du sport en France

Le découpage territorial du pays, l'absorption des DDJS et Conseil Généraux par les structures régionales, la volonté des DRJS de sauver leur légitimité, et la montée en puissance du CNOSF sont des composantes à prendre en compte dès maintenant, dans le cadre d'une restructuration intelligente des organisations sportives. Si les partenaires et les interlocuteurs changent, une adaptation est nécessaire.

La raréfaction du bénévolat

C'est un constat national. Le bénévolat à l'ancienne, dit bénévolat « sacrifice » n'est plus. La gestion des ressources humaines bénévoles est l'enjeu majeur des 10 prochaines années. Car sans bénévole, pas de sport.

Le contexte économique actuel

La crise économique subie n'est pas une excuse, c'est une opportunité. S'adapter au contexte en utilisant les armes à notre disposition est indispensable à notre survie. Le mécénat est un des piliers de l'avenir du financement du sport.

QUELLES SOLUTIONS

Proposer une offre sportive adaptée à la demande

Si 80 % de la population veut faire du sport loisir, ne nous entêtons pas à proposer uniquement de la compétition. Certaines fédérations proposent des pratiques adaptées au marché et à la demande depuis des années, et ne subissent pas l'infléchissement de la courbe des licenciés.

La professionnalisation des méthodes, des bénévoles, le salariat

Nous serons prochainement dans une situation de concurrence entre activités. Le fonctionnement des organisations sportives doit devenir **efficace et rationnel**.

Ce n'est pas parce que nous ne sommes pas salariés que nous ne devons pas nous conduire en professionnels » Larry LEGAULT



PROJET 2017-2020

SPORTIF

- A. Politique sportive FOOT US, FLAG et CHEERLEADING,
- B. Création d'un pôle technique régional,
- C. Politique de pratique de loisir pour tous,
- D. Développement de la pratique féminine du football américain,
- E. Développement de la pratique masculine du Cheer,

FORMATION

- F. Politique de formation des staffs (coachs, arbitres, juges, dirigeants et bénévoles),
- G. Politique financière

STRUCTURATION de la LIGUE

- H. Stratégie marketing
- I. Structuration administrative
- J. Stratégie de communication interne et externe



SPORTIF

A. Politique sportive de FOOT US, Flag et CHEERLEADING

Objectifs sportifs ambitieux pour les équipes Foot US, de Flag et de Cheerleading

Politique « Compétition » :

Proposer des compétitions régionales attractives dans les 3 disciplines, les décliner dans toutes les catégories d'âges et de sexes.

Soutenir les compétitions nationales sur le territoire du Grand EST.

Création d'une équipe régionale de football américain, de Flag et de cheerleading.

Politique « Jeunes » :

Favoriser la croissance de la base de la pyramide (actuellement toujours inversée en termes de niveau et de nombre de pratiquants).

Accentuer le développement de la pratique des 3 disciplines dans la tranche d'âge de 6 à 14 ans (Flag et cheerleading), à partir de 14 ans (football américain).

Soutenir la mise en place d'animations Foot, flag et Cheer avec les écoles, MJC et mairies pour présenter et développer nos activités auprès des jeunes en collaboration avec les clubs.

Poursuivre et développer l'attraction auprès des jeunes du JuniorBowl (détection EDF Junior) et du U16Bowl (détection cadets). Donner les moyens de réussite aux jeunes par l'accompagnement technique, logistique et de formation.

B. Création d'un pôle technique régional

Mise en place d'un encadrement technique régional (ETR) regroupant les cadres techniques des 3 disciplines.

Personnels diplômés, facilitant le développement des 3 disciplines dans chaque association sportive de la Ligue, référents des clubs et liaison entre la DTN et le terrain.

Conseillers techniques auprès des clubs, ils permettent une meilleure intégration des nouveaux sportifs, issus des équipes jeunes ou non, en leur permettant de pratiquer et de progresser plus rapidement dans leur sport.

Encadrement d'actions spécifiques, JuniorBowl, U16Bowl en football américain, Challenge bowl en cheerleading.

C. Offrir une pratique de loisir pour tous

Activité Loisir Football américain

Les contraintes d'équipement réservent cette pratique à une catégorie de personne (anciens joueurs) ou aux clubs possédant leurs propres équipements mis à disposition aux licenciés.



Pratique de loisir intégrée (moins de contraintes d'assiduité)

Activité Loisir Flag

Priorité à la pratique de tous, activité mixte.

Pratique de loisir intégrée (moins de contraintes d'assiduité)

Création d'une activité Loisir Cheer

Priorité à la pratique de tous, activité mixte.

Pratique de loisir intégrée (moins de contraintes d'assiduité)

Pratique du « cheer animation », prestations aux matchs de foot us éventuellement, pas de compétition. Accès dès 8 ans.

D. Politique de développement de la pratique féminine du football américain

Promotion de la pratique du football américain féminin auprès des clubs, soutien du développement de section féminine dans les clubs, création d'une équipe régionale féminine senior.

E. Politique de développement de la pratique masculine du Cheerleading

Promotion de la pratique du cheerleading auprès du public masculin.

Politique de combat des préjugés sur la pratique masculine du cheerleading, activité réservée aux filles.

F. Politique de formation des staffs (coachs, arbitres, juges, dirigeants, bénévoles)

Constituer un pôle formation en s'appuyant sur l'ETR créé et les formateurs disponibles de la région.

Renforcer quantitativement et qualitativement les staffs clubs pour les différentes disciplines :

Proposer une formation à un certain nombre de coachs, arbitres et juges clubs.

Féminisation du coaching et de l'arbitrage au football américain et au flag.

Développement du vivier d'arbitres régionaux de football américain et de flag, développer le jugement cheer.

Programme de fidélisation des coachs (convention + valorisation, ETR)

Intensifier la formation des dirigeants et des bénévoles des clubs, des comités départementaux, au fonctionnement et à la vie des associations.

G . Politique financière

Aider les clubs à financer les formations,

Soutenir les actions de développement des 3 disciplines,

Subventionner les déplacements spécifiques en lien avec une représentation d'une des 3 disciplines au niveau national.

Arbitres et juges

Défraiement des arbitres et des juges pour inciter les volontaires. Ce défraiement sera présenté au début de la saison.



STRUCTURATION de la LIGUE

H . Stratégie Marketing

D'une façon générale, l'état des ressources public n'est pas bon. Il est irresponsable de continuer de s'appuyer sur un modèle de financement majoritairement public.

Mais il est faux de croire que le financement privé est une ressource alternative facilement récupérable pour augmenter rapidement et significativement nos recettes.

Le travail générera de la richesse. Les actions d'animations, les démarches vers des privés (sponsors ou mécènes), le merchandising, sont les leviers que nous devons activer pour augmenter nos ressources.

L'organigramme que nous proposons de mettre en place doit nous permettre de diversifier nos ressources.

Le mécénat est un des piliers de l'avenir du financement du sport. Nous devons :

- Définir notre politique marketing,
- Trouver de nouveaux partenaires,
- Mobiliser des ressources pour la Ligue.

I. Structuration administrative

Mise en place des procédures internes de la Ligue.

Mise en place d'un plan de communication entre la Ligue et les associations.

Mise en place d'un plan de communication entre la Ligue et les tiers (fédération, comités départementaux, institutions, public, fournisseurs).

J. Stratégie de communication interne et externe

Mise à jour « en temps réel » du site internet, page Facebook, etc.

Création d'une newsletter à l'attention de nos licenciés et des sympathisants de la Ligue. Mise en avant des valeurs portées par la Ligue.

Mise en place de procédures pour remonter le plus rapidement possible les informations du terrain (matchs, animations, annonces...) vers les personnes chargées de la diffuser.