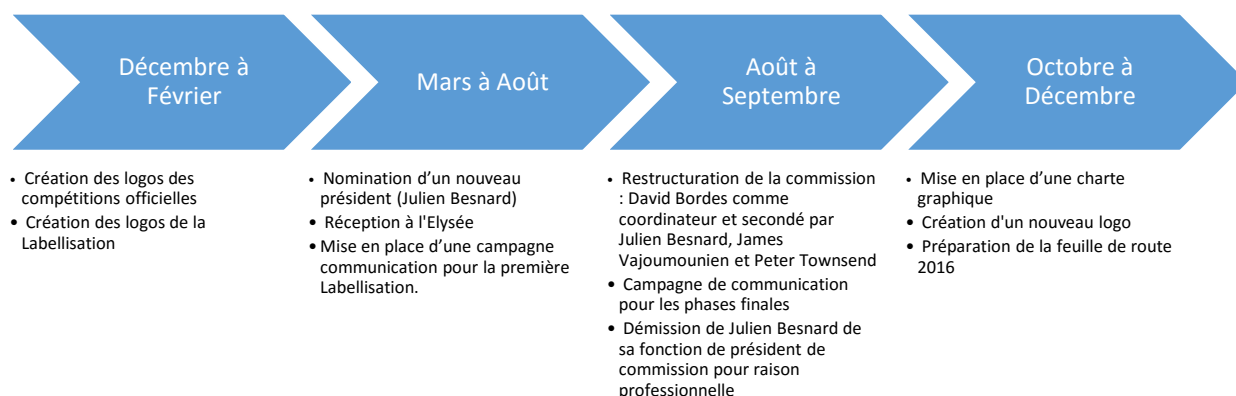


	COMMISSION COMMUNICATION	Pages : 3
	RAPPORT ANNUEL D'ACTIVITES	11 février 2016
Président Commission : à pourvoir		Rédacteur et Coordinateur : David Bordes

CHRONOLOGIE DES EVENEMENTS DE LA COMMISSION

L'année 2015 a été marquante pour la commission communication avec chronologiquement :



DONNER VIE A UNE COMMUNICATION FRANCE CRICKET

Les campagnes de Communication de la nouvelle équipe

- la première Labellisation
Une réflexion a été faite pour établir une visibilité forte de nos clubs labellisés avec un côté original et à cet effet une publication hebdomadaire a été faite pour chaque lauréat sur une période de 3 semaines. Ce projet a été porté et réalisé par le comité de pilotage de Labellisation.
- la campagne communication sur les phases finales
Le Comité Directeur a réorganisé la commission communication afin que nous soyons plus réactifs et mettions plus en lumière les partenaires des compétitions. De ce fait, Julien Besnard a été rejoint par James Vajoumounien et David Bordes pour créer une dynamique et un planning de campagne. Suite à la démission de Julien Besnard début septembre, James et David ont préparé un planning de campagne donnant un article par semaine à chaque compétition.
Lors de la finale de Superligue, bien que démissionnaire Julien a épaulé James et David pour avoir des messages sur Facebook et Twitter en temps réel car l'évènement était important vu la présence de quatre ambassadeurs, des élus de Dreux, d'une conseillère régionale et de la présence d'une TV pakistanaise et bien évidemment des sponsors.

Rafraichissement du site Web

- Restructurer le site internet afin que tout public puisse s'y retrouver plus facilement, notamment pour les néophytes, pour ceux friands des EDF ou du scolaire. Pour ce faire, notre référent informatique (James Vajoumounien) a dû s'approprier la structure du site. La possibilité d'évolution du site internet était restreinte. La refonte du nouveau site a duré plus de 6 mois.

- Les principales modifications sont :
 - *Une simplification de publication des actualités et plus lisible*
 - *Un agenda en page d'accueil*
 - *Une page dédiée à l'annuaire des clubs*
 - *La liste des diplômés fédéraux (arbitres, entraîneurs, scoreurs)*
 - *Une galerie photos de tous les évènements FC depuis 2013*

Nous nous efforçons de vous simplifier la navigation sur notre site. N'hésitez pas à nous faire part de vos suggestions !

Nos Réseaux Sociaux

- Articles réguliers sur Facebook et Twitter

Il y a eu une répartition des articles mais en gardant une harmonisation des messages. James s'est attaché à communiquer sur Facebook et David sur Twitter. Quel constat peut-on en faire ? Je dirai que le fait de faire vivre régulièrement a permis une nette augmentation des abonnés.

- Nombre d'abonnés sur nos réseaux sociaux

Le nombre d'abonnés Twitter et Facebook a connu un pic au début de la saison 2015 puis une croissance constante s'est maintenue finissant respectivement avec 3541 et 1170 abonnés. Il est important de remarquer que Twitter progresse plus vite que Facebook mais avec maintenant la page Facebook comme page d'actualités officielle on devrait avoir une nette progression.

Création d'une identité visuelle :

- Compétitions officielles

Création d'une déclinaison d'un logo compétition pour chaque compétition qui a été réalisée par Erwan (stagiaire). Nous donnons ainsi une identité visuelle à chaque compétition.

Par la suite nous avons pu constater que ces logos ont été utiles, notamment lors des publications présentant les phases finales, permettant d'associer des partenaires à un visuel spécifique.

- Labellisation

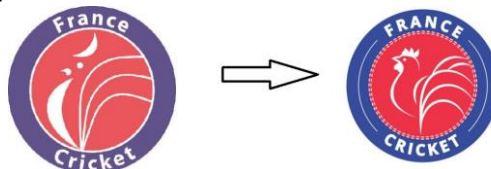
Pour la première Labellisation cricket, il fallait avoir un visuel identitaire pour les clubs lauréats permettant une visibilité rapide et claire des clubs labellisés. Ces Labels ont été créés par Erwan notre stagiaire et sur commande du comité de pilotage Labellisation.

- Charte graphique

Afin de démarrer une communication plus active et plus professionnelle nous avons décidé qu'il était évident qu'une uniformisation des supports visuels de FC était une priorité car fédérer passe par la création d'un environnement. Nous avons repensé les documents de communication (courrier, compte-rendu, communiqué de presse, PPT pour présentation, ...)

- Renouvellement du logo

L'objectif était une identification rapide de deux paramètres : cricket et France. Le coq a été refait pour une lisibilité plus rapide et un vrai bleu France est associé au logo.



Grâce à la société de communication INCREA nous avons pu refaire le logo de France Cricket de façon professionnelle et ce **gratuitement**.

LE MARKETING

Sur le plan marketing, le cricket a reçu un « boost » spectaculaire quand le président de France Cricket et deux membres de l'EDF furent invités au Palais de l'Élysée lors du dîner en l'honneur du Premier Ministre de l'Inde. L'occasion d'une séance de photos qui fut largement exploitée.

France Cricket conclut en 2015 un accord avec une agence de communication & marketing pour nous offrir un meilleur accès à des partenaires et autres sponsors. Le principal produit de cet accord n'a pas tardé : une plaquette, de très haute qualité, qui vante l'histoire et l'actualité du cricket en France et qui le présente comme attractive pour des partenaires éventuels.

Cette approche a porté ses fruits avec l'arrivée de plusieurs sponsors, qui ont vu leurs noms associés avec nos différentes compétitions. Pour concrétiser ces partenariats et pour jeter les bases pour tout accord à l'avenir, la Commission a fourni au président Balane des supports pour informer les partenaires éventuels de ce que leur apportent les divers niveaux de participation.

Un contrat-type est désormais disponible pour les partenaires à venir, car en 2016 il sera question de renouveler les accords existants et en chercher des nouveaux.

LES OBJECTIFS 2016

La Composition de la commission

Sans président à l'heure actuelle et pour ne pas mettre un président pour mettre un président France Cricket va continuer avec un référent qui coordonnera la stratégie de communication en la personne de David Bordes.

La commission sera composée de :

- **Bordes David** : Référent Stratégie Communication
- **Townsend Peter** : Référent Marketing
- **Vajoumounien James** : Référent informatique et Facebook
- **Lieury Sabine** : Consultante
- **Parent Maxime** : Consultant

Objectifs en termes de communication

- une interaction FC---Acteurs locaux
- des projets ambitieux qui seront priorisés suivant nos moyens (humains et financiers) :
 - *la mise en place d'une campagne suivie de nos compétitions*
 - *une mise en lumière des clubs labellisés*
 - *organisation de conférence de presse pour les actions clés (coupe du monde scolaire, finale Superligue, Coupe de France, ...)*
 - *Toucher plus de monde sur les réseaux sociaux*
- Mettre en lumière les évènements que FC organisent :

Objectifs en termes de Marketing

En 2016 nous nous efforcerons d'utiliser toute une gamme de techniques propres au marketing pour inciter les Français à « consommer davantage » du cricket. Soit pour attirer des gens vers le sport lui-même (vers les clubs ou vers des événements ponctuels tel que le Street) soit pour attirer le soutien des entreprises ou autres organisations susceptibles de nous apporter du financement. À priori ces activités, intrinsèquement modestes vu notre taille, seront autofinancées.

.....