

## **Commission Communication et Marketing**

### **Réunion du 10 décembre 2024**

**Président** : Pierre LAVALARD

**Présents** : Madame Aurore KULPINSKI DELEPINE, et Messieurs Pierre FOURDRINIER, Lionel HERBET et Christophe PENET.

**Assistent** : Messieurs Pierrick SAUVAL et Wilfried LECLERCQ.

**Excusées** : Mesdames Sylvie SILVESTRE et Mélanie SCHMIDT.

Monsieur Pierre LAVALARD, Président de la Commission, commence par accueillir chaque membre en lui souhaitant la bienvenue. Il rappelle les prérogatives de cette réunion et de la commission en elle-même.

Il s'agit dans un premier temps de communiquer, échanger, réfléchir à la fois à l'amélioration de la communication du DSF ainsi que le côté marketing.

Il propose ensuite un tour de table pour que chacun se présente.

Il ouvre donc la séance avec la question de la perception du DSF par les licenciés des clubs de chaque membre, sans langue de bois. Il tentera de répondre à chacun, pour ensuite orienter les axes de travail de la commission.

- **Christophe PENET, trésorier à l'AS MENCHECOURT et dirigeant au SC ABBEVILLE :**

Le DSF n'a pas forcément une bonne image, il est plutôt perçu comme une banque.

Il avance que le DSF devrait travailler plus en collaboration avec l'AMIENS SC à chaque match. Faire des opérations à la Licorne de grande envergure plus souvent. Il est avancé que le DSF n'utilise pas assez la notoriété de l'Amiens SC pour l'organisation de manifestations, visites etc....

Il revient ensuite sur ce qu'il a apprécié lors de l'AG du 26/10/24 à Abbeville, avec les reportages vidéo sur les médaillés d'Or. Il pense que ce genre de chose devrait être fait de manière plus régulière sur tous les types de bénévoles du DSF. Faire des focus, aller dans les clubs, réaliser des petits clips, et faire connaître nos clubs et leurs bénévoles. Travailler sur la reconnaissance.

Il y a des sommes de volonté partout dans la Somme qui ne sont pas exploitées. Le travail sur le relationnel est primordiale et doit être développé.

Pour le partenariat, il avance que le mécénat est avantageux et intéressant avec les déductions fiscales. Mais quel partenariat est souhaité ? il y a encore de l'argent pour le sponsoring, il faut juste savoir ou s'orienter.

- **Pierre FOURDRINIER, Vice-président de l'A2LC :**

Il avance de son côté qu'il a, ainsi que son club, de bonnes relations avec le DSF.

Cependant, coté joueur, c'est effectivement assez opaque. Il pense qu'il y a un manque de communication sur les réseaux sociaux qui pourrait permettre à plus de licenciés de comprendre le fonctionnement et l'organisation du DSF.

Il dit également se ranger aux dires de Christophe sur le ressenti général et impressions des licenciés vis-à-vis du DSF.

Il faut augmenter les relations avec les clubs par différentes actions en leur direction. Il y a également un besoin de rajeunissement du bénévolat, il faut aller les chercher, les convaincre.

- **Aurore KULPINSKI DELEPINE, dirigeante à l'ESC LONGUEAU :**

Elle précise que les principaux retours négatifs sont généralement du fait des remises générales ou partielles mises en place par le DSF. Que ce soit la décision en elle-même de jouer ou ne pas jouer, ou le délai de prévenance. Ceux sont les principales sources de mécontentement qu'elle observe le plus souvent sur les réseaux.

Pierre LAVALARD souhaite ensuite apporter quelques informations quant aux différentes réflexions et avance ce qui a été entrepris durant cette mandature :

### **1/ Le partenariat avec l'Amiens SC, et actions en direction des bénévoles, et licenciés :**

Un partenariat a été initié avec l'Amiens SC depuis 2021. Sur les saisons 2021/2022 et 2022/2023, il y a eu pas moins de 5.000 places offertes par l'Amiens SC en direction des licenciés du DSF. Ces places ont été, comme dernièrement, transmises à l'issue des AG du DSF ou sur inscription via mail à de nombreuses reprises sur plusieurs rencontres durant la saison.

Il concède toutefois que lors de la saison 2023/2024, la voilure a été réduite avec seulement 2 opérations sur la saison. Chacun ayant ses obligations et préoccupations.

Mais comme l'a annoncé à de nombreuses reprises Christophe DUPREZ, Vice-Président de l'AMIENS SC, les clubs qui souhaitent visiter les installations ou faire des sorties avec leur club peuvent le solliciter. Il reste ouvert et accueillant envers les clubs du DSF.

Il rappelle que les tirages des tableaux des Coupes de la Somme Seniors se font chaque saison en mars/avril au Stade de la Licorne, avec invitations transmises aux clubs depuis au moins 6 ans. Malheureusement on atteint difficilement 30% de présence de club.

Le DSF, sur demande du club, relaye les promotions mises en place par l'AMIENS SC en direction des licenciés sur notre site internet et par mail.

Depuis deux saisons, nous organisons une soirée des bénévoles, qui concerne tous les clubs du DSF. Chacun pouvant envoyer deux bénévoles de son club. Cette opération se déroule à la Bodéga du Stade de la Licorne avec possibilité de visiter les installations du club, et distribution de places à l'attention des participants. Cette année, c'était le centenaire du DSF avec de nombreux cadeaux offerts par tous nos sponsors pour les clubs présents sur tirage au sort. Seulement 60% de présence...

## 2/ La Communication, des avancées à venir

M. LAVALARD conçoit qu'il y ait de travail à réaliser dans la communication, mais le partenariat avec l'AMIENS SC n'a jamais été aussi présent. C'est d'ailleurs le premier partenaire sollicité sur chacune de nos opérations, et le club répond toujours positivement. Il pense qu'il y a aussi un manque de communication au sein des clubs, ou simplement de la rétention d'informations.

Mais afin de toucher et d'informer un maximum de licenciés, il avance que le DSF va ouvrir un compte Instagram. Il interroge d'ailleurs Aurore et Pierrick qui sont en charge de son activation, dans un premier temps, mais qui devront ensuite l'abreuver d'informations. Sur ce sujet n'étant pas expert, il sollicite Aurore pour une explication des différents types de réseaux de communication.

Aurore précise que l'Instagram du DSF devrait être opérationnel pour le 1<sup>er</sup> janvier 2025.

Elle explique ensuite l'utilisation des réseaux sociaux en fonction des catégories d'âge :

- **Tic toc**, vidéos courtes d'instantanés : très utilisé par les ados, en direction des 15/25 ans
- **Instagram**, photos, info, en parallèle de Face Book : utilisé des 18/20 ans jusqu'à 35 ans
- **Face Book**, c'est pour les plus de 35 ans.

Il faut donc travailler sur l'Instagram afin de toucher un maximum de licenciés et non licenciés dans un premier temps. Sachant qu'une passerelle est possible, un lien entre Instagram et Face Book, avec des mises en avant d'informations, de story. Ce qui implique par exemple que la transmission d'une remise générale serait tout de suite vue par une majorité de pratiquants tout autant par ceux qui regardent Facebook qu'Instagram.

Il s'agit d'un partage de contenu qui fait vivre ces deux applications.

Wilfried explique ensuite les modalités de prise de décision pour les remises partielles, générales ou maintiens des compétitions qui souffrent parfois d'une communication tardive. Différents facteurs sont à prendre en considération :

- Les prévisions météorologiques
- Les matchs joués précédemment sur les installations
- L'état des terrains
  - o Les responsables de secteur sont sollicités (Santerre, Amiénois, Ponthieu, et Vimeu)
  - o Les membres de la CDTIS peuvent également se rendre sur les terrains pour constater leur état
- Le nombre de matchs à jouer sur le week-end et par terrain
- Le nombre d'arrêtés reçus ou à venir (des clubs et mairies ayant averti le DSF)
- Le nombre de matchs impactés
- Le nombre de matchs qui risquent d'être remis le jour même de la rencontre
- Et au final le nombre de matchs qui seront maintenus (après prise en compte des arrêtés)

En fonction de tous ces éléments, une décision est prise, qui est quoiqu'il arrive décriée. Aussi bien s'il y a maintien des compétitions, remise partielle ou totale.

Il est donc primordial que les clubs/mairies n'attendent pas que le DSF prenne une décision radicale avec un temps moyen ou pluvieux, si seulement 20 arrêtés parviennent au DSF. Car cela représentera 20 à 40 matchs remis sur 300 à 350 qui se déroulent chaque week-end hors Foot Animation. Ces arrêtés concerneront environ 1.000 à 2.500 licenciés, soit maximum 10% de pratiquant et de rencontre.

Il tient également à préciser qu'un arrêté de la Métropole Amiénoise n'est pas synonyme de remise générale, cependant en cas d'arrêtés supplémentaires, cela a un impact sur l'orientation de la décision du DSF, mais n'est absolument pas rédhibitoire et ce pour des raisons évidentes :

- La première c'est que la métropole représente 6.500 licenciés (27% des effectifs) répartis sur 35 clubs (25% des clubs). Donc en cas d'arrêtés supplémentaires, cela a effectivement un impact considérable.
- Deuxièmement, un travail a été entrepris avec les élus et salariés de la Métropole depuis 3 ans, et rares sont les arrêtés complets qui parviennent de la Métropole. Aujourd'hui, nous sommes plus dans le déroulement d'un match par terrain, par jour ou sur le week-end selon les conditions météorologiques ;
- Aussi la Métropole, lorsque c'est possible, puisque les compétitions régionales sont prioritaires, propose un maximum de changement pour jouer sur des terrains synthétiques ;

### **3/ Au niveau financier :**

Pierre LAVALARD, également Trésorier Général du DSF depuis 2017, explique que le DSF dépense environ 70.000€ à 80.000€ d'équipements en faveur des clubs chaque saison depuis 3 ans. En effet sur cette mandature l'ensemble des finalistes des coupes de la Somme Seniors, et de secteurs, toutes catégories, sont dotés d'un équipement complet. Ce qui n'était pas le cas auparavant.

Lors de l'AG d'octobre à Abbeville, des clubs étaient absents, et n'ont ainsi pas pu bénéficier de 2.000€ de bons d'achat.

Christophe PENET dit que c'est dommage qu'une sorte de compte à rebours n'ait pas été mis en place pour rappeler le déroulement de l'AG aux clubs, autrement que par mail, et donc sur les réseaux.

Il n'est question que d'équipements pour cette somme, mais d'autres manifestations sont également directement organisées en faveur des clubs et induisent également des dépenses :

- La soirée des bénévoles (20.000€ subventionnée à 50% par la LFHF)
- Sortie à Clairefontaine le 1<sup>er</sup> avril 2024 pour les féminines (environ 5.000€ au total)
- Location de TEAMS5 pour divers rassemblements, Foot Loisirs, féminines, futsal associé et regroupements Foot Animation (entre 6.500€ et 8.000€ chaque saison)

Il rappelle également qu'une AG coûte entre 5.000€ et 10.000€.

Cette saison, nous avons 2 AG, 4 Réunions Générales de Secteur, 1 réunion D1/D2, une réunion refonte des Championnats sur 3 mois. Les clubs ont été sollicités, et cela engendre forcément un coût.

Depuis deux saisons le DSF possède deux alternants pour le développement de différentes activités, que ce soit le foot loisir avec Pierrick, le futsal la saison dernière avec Teddy, et les gardiens de but avec Marceau cette saison. Les centres de perfectionnement se sont développés pour les jeunes. Les actions qu'ils mettent en place, nos alternants, génèrent des dépenses induites en direction des clubs et licenciés.

Toutes ces informations transmises par Pierre, de façon non exhaustive, en rapport à l'ensemble des actions en faveur du football départemental sur une saison, ne sont pas forcément connues de tous. C'est la manière de communiquer ces informations qui doit évoluer selon Christophe. Il faut mieux diffuser, afin que cela interpelle et que les licenciés soient plus au fait des actions réalisées.

Pierre termine par énoncer les ressources actuelles du DSF grâce à ses partenaires institutionnels mais également privés :

- Le Conseil départemental
- L'ANS
- Le CRCA Brie Picardie :
- Formul'Club
- Fiducial
- Carré Vert
- Teams5

Fort des différents constats et informations transmises par Pierre, il est proposé que la Commission se réunisse à nouveau dans 6 semaines, soit fin janvier 2025.

Un point sur l'utilisation d'Instagram pourra être réalisé, mais il sera également le temps d'établir les possibilités qui s'offrent au DSF en termes de partenariat.

Pierre remercie l'ensemble des participants et reviendra vers chacun pour la date de la prochaine réunion.

**Le Président** : Pierre LAVALARD

**Le Secrétaire de séance** : Wilfried LECLERCQ