



Procès-verbal

Commission communication

Réunion du :	23 octobre 2025 à 18h00
A :	Salle de réunion - Arbouans
Présidence :	Mme Manon Monnier
Présents :	Jocelyne Knipillaire, Gaëlle Belliato, Daniel Malliard, Guy Monnier, Kamel Khelladi, Raphaël Geraldès, Yannick Desgranges, Jawad Belaïnoussi
Excusés :	

Performance et croissance sur Facebook

Le **compte Facebook** (réseau le plus utilisé) atteint 6600 followers, avec une progression de plus de 30% l'an dernier et de plus de 21% cette année.

Comparatif inter-districts : Progression la plus forte à plus de 21% ; Devant la Côte d'Or à 19% et le Jura à 12%.

Portée et contenus : Plus de 3 millions de vues sur 12 mois ; les photos et vidéos font plus de vues. La répartition du contenu indique 48% de photos ; environ 90% des contenus du site sont relayés automatiquement sur Facebook via des liens.

Audience et potentiel : 58% des personnes qui voient les contenus sont abonnées et 42% non abonnées ; objectif implicite de croissance possible vers 10 000 followers. Contrainte d'âge sur les réseaux pour les moins de 13 ans.

Recommandations : Augmenter les "réels"/stories (vidéos de 15 secondes), optimiser les heures de publication entre 17h et 21h, mettre en avant les acteurs locaux (bénévoles, arbitres, dirigeants, éducateurs) et partager les actions « spéciales » des clubs. Créer un plan éditorial aligné sur les axes sportifs, éducatifs et associatifs.

Situation d'Instagram et axes de progression

Instagram est peu utilisé faute de temps ; actuellement à 2400 followers, deuxième derrière la Côte d'Or.

Comparatifs inter-districts : 2 fois plus que certains voisins, 3 fois plus que l'Yonne, 2 fois plus que la Nièvre ou la Saône-et-Loire.

Actions proposées : publier davantage de photos des actions terrain et des stories courtes (10 à 15 secondes) pour stimuler une "augmentation énorme".

Objectif chiffré : viser plus de 20% de croissance sur un an pour maximiser la visibilité photographique en valorisant les actions ainsi que les acteurs et actrices sur le terrain.

Production vidéo et plateforme YouTube

Processus de production : une vidéo prend environ 1 jour de création, précédée de la captation (vidéos + photos) et du tri/édition. Les photos sont publiées à moins de 24 heures après les événements.

Singularité : aucun autre district ne dispose d'une plateforme YouTube ; cela apporte une forte visibilité vidéo.

Bilan saison passée : 20 vidéos produites dont 17 publiées à moins d'une semaine après les actions. Certaines vidéos (PEF en juin, Crédit Agricole, label en avril, produites en février-mars et mixité) ont été retenues volontairement pour diffusion ultérieure.

Plan de communication saisonnier et organisation

Intention : Définir un plan éditorial sur la saison, aligné sur les points forts (sportif, éducatif, associatif) pour structurer la diffusion et la stratégie à adopter.

Répartition du travail : La nécessité de se répartir les tâches, notamment pour produire plus de contenus instantanés (réels/stories), afin de pallier le manque de disponibilité actuelle pour ces formats, et avoir une programmation bien définis des diffusions.

Couverture d'événements et demandes externes

Deux événements n'ont pas été couverts cette saison : finale BIGMAT et finale HDCB (simultanéité), et finales féminines Crédit Agricole Franche-Comté féminine (absence du salarié).

Demandes de création de vidéos : commissions internes (commission mixité : mise en avant de 2 élues, déjà réalisées sur 24/25 ; projet de filmer 3 autres élues sur 25/26 ; commission PEF, avec coup de projecteur du PEF, à l'égard des clubs).

Demande d'autres organismes, tel que la FFF, Ligue BFC et le Crédit Agricole Franche Comté, sur 24/25 et 25/26.

Statistiques du site internet et accès mobile

Sur un mois : environ 200 000 pages vues pour 35 000 personnes.

Le district compte 30 000 licenciés, indiquant une audience au-delà des licenciés du district.

85% des connexions via mobile, notamment via des liens publiés sur Facebook.

Charte graphique et visibilité des partenaires

Nouveaux logos pour chacune des catégories et/ou compétitions, envoyés aux clubs avec la charte graphique.

Intégration par les clubs sur leurs affiches et leurs supports ; nombreux clubs jouent le jeu.

Mise en avant systématique des partenaires sur les compétitions pour accroître une visibilité conjointe.

Plan de communication pluriannuel demandé par le groupe de travail « projet du District 24/28 »

Objectif : établir un calendrier exhaustif des événements couverts par le district (principalement sportif), puis définir pour chaque événement les actions de communication à J-15, J-5, jour J, ainsi que l'après-événement.

Le plan doit être écrit pour éviter les oublis, faciliter l'organisation en cas de chevauchement et/ou d'absence, et répartir les tâches pour ne pas reposer sur une seule personne.

Un plan commun de base serait produit puis adapté par les autres commissions ; la première année, un niveau de détail "idéal" n'est pas réaliste et le document vivra et s'étoffera au fil des saisons

Proposition d'une liste de matériels/supports de communication et d'un calendrier annuel basé sur programmation des actions techniques, le sportif et les événements majeurs.

Certaines dates non connues seraient indiquées de manière approximative, en attente des retours des commissions.

Souhait de regrouper d'ici la fin de l'année une séance de travail dédiée pour lister les besoins, consolider le calendrier des manifestations et les dates connues.

Calendrier et coordination des réunions de commissions

Nécessité d'un calendrier pour éviter les collisions de réunions. Objectif : programmer et rendre visible toutes les réunions pour éviter les doublons.

Proposition de calendrier mensuel sur 10 mois, plus adapté que global. Une réunion communication, fin novembre/début décembre sera effectuée, pour point d'étape.

L'agenda sera partagé sur le site de sorte que chacun visualise les événements ; rappel qu'on ne peut pas ajouter des informations non fournies par les Présidents de commissions.

Budget 25/26

Le budget global de la commission est de 2500€ pour objets promotionnels et 1500€ pour cadeaux soit un total de 4000€.

Supports de communication : Partage d'un état des lieux des produits de la saison précédente, avec propositions de renouvellement ou non

Supports cartonnés pour ballon de match : coût unitaire 20€ ; état moyen ; pas de renouvellement nécessaire.

Banderoles : formats 2m x 80cm et 3m x 1m ; 4 banderoles disponibles ; bonne qualité ; vérifier les tendeurs, pour un éventuel achat.

Oriflammes : deux tailles ; soit 4 au total dont 1 abîmé coût ~60€ ; pas de renouvellement prioritaire.

Photobooth : nouvelle mise en place ; 2 unités prévues pour couvrir deux sites en même temps.

Eco Cup : 1000 unités produites ; ~750 en stock, pas de renouvellement nécessaire.

Totem tissu (intérieur) : 2m40 x 2m30 ; très bon rendu en intérieur ; coût d'achat 375€ (actuellement estimé 450–500€), pas de renouvellement nécessaire.

Nappes de cérémonie : En bon état ; circulent sur toutes les manifestations ; pas de renouvellement nécessaire.

Tapis grand format : Réalisés au format 1m50 x 1m ; excellent rendu visuel ; pas de renouvellement nécessaire.

Cartes de visite du président : Réalisées la saison dernière ; coût ~30€ pour 250 ; pas de besoin supplémentaire exprimé.

Proposition d'équipements événementiels et supports de visibilité, pour la saison en cours, selon budget et devis indicatifs pour arbitrage collectif

Toblerones de bord de terrain : Modèle mousse si possible.

Tenue (survêtement) pour le président : Souhait d'une veste type « techniciens » ; proposition d'un ensemble complet ; budget : ~65€ ensemble, ~35€ ou 30€ veste seule.

Stylos personnalisés du district : 1000 stylos ; couleurs alignées charte (bleu, violet, rose).

Comptoir d'accueil portable pour techniciens : Besoin d'un accueil visible ; matériau plastique ; montage avec sac ; visuel Velcro ; étage interne optionnel. Modèles : rectangulaire 95 x 60 cm ; rond 93 cm x Ø45 cm ; préférence pour le plus large (60 cm).

Tours de cou (lanyards) : Souhait de lanyards du district ; quantité : x200

Bâches TNT en rouleau : Pour habillage gymnases/stades ; hauteur 80 cm ; longueurs 25/50/100 m ; proposition retenue de 25 m ; fixations avec œillets tous 50 cm, tendeurs recommandés.

Habillage de table pour l'Assemblée : Housse personnalisable : fermée d'un côté, ouverte de l'autre ; possibilité de “rabattre” ; recherche d'un modèle de référence puis version moins chère.

Bloc-notes A5 : 300 pièces, à voir selon budget.

Supports de tirage des coupes (saladier) : Besoin d'un saladier transparent, plus large en haut ; 2 pièces

Communication interne à la commission

Réflexion de la mise en place d'un groupe WhatsApp pour les membres de la commission.

La Présidente,

Mme Manon MONNIER