

## Bilan 2008 - Commission COMMUNICATION

*Par Véronique GENSAC.*

Un petit bilan et en même temps quelques pistes de travail pour l'avenir soumises au débat.

### **Outils de la fédération**

#### **Poursuite du travail pour une meilleure cohérence de nos publications :**

**Vol Passion** à destination potentiellement de tous les licenciés doit à la fois être le reflet de la vie de notre fédération à tous les niveaux et apporter les informations sur l'évolution de nos pratiques (réglementation, sécurité,...). C'est en même temps une revue vitrine en direction de nos différents interlocuteurs, institutionnels ou partenaires. Ce sont ces deux préoccupations principales qui expliquent l'évolution du contenu depuis quelques numéros. Il reste encore des progrès à faire pour que clubs, CDVL et ligues la considèrent comme un outil sur des événements qu'ils organisent. Merci aux cadres techniques et aux référents par pratique pour leur bonne réactivité.

Il reste aussi à étoffer le comité de rédaction qui se réduit à sa plus simple expression en cette fin de mandat.

**Nouv'Ailes** : Brigitte fait un travail de collecte des informations précieux et cette lettre d'information en direction des clubs et OBL est en train de prendre son rythme de croisière. Elle présente le gros avantage d'un coût très réduit. Progrès encore à faire : c'est un canal d'information que les commissions doivent encore mieux utiliser.

**Site internet** : la rénovation de notre site est bien engagée et la page d'accueil a déjà beaucoup évoluée dans le sens d'une plus grande accessibilité. Mais il reste encore pas mal de travail pour que les rubriques soient bien toutes alimentées et surtout mises à jour ! et aussi pour que les clubs, CDVL et ligues utilisent bien la nouvelle rubrique : « calendrier des événements », pour que le site soit plus interactif.

### **Communication externe**

Des efforts ont été faits, notamment grâce à la DTN et au président, pour une meilleure couverture médiatique gratuite : télévision, Equipe.

Des progrès encore à faire dans la recherche d'une plus grande cohérence sur les opérations publicitaires.