

CONSULTATION  
FÉDÉRATION FRANÇAISE DE VOL LIBRE

POUR UNE MISSION DE CHARGE DE COMMUNICATION DIGITAL

Période début Septembre- 2022 au 31 aout 2023

Nos réf: AO CCHARGE DE COM DIGITAL freelance VF 12\_07\_2022.docx

Nice le 12/07/2022

**SOMMAIRE**

1. La présentation de la FFVL
2. Le contexte
3. Les missions attendues
4. Les éléments de réponse attendus
5. Les critères de sélection
6. L'agenda du processus
7. Approche budgétaire

**1. PRÉSENTATION DE LA FÉDÉRATION FRANÇAISE DE VOL LIBRE**

La FFVL, fondée en 1974, rassemble 600 associations sportives (loi 1901) et près de 240 écoles professionnelles, ayant pour objectifs la promotion du vol libre et la formation au **delta, parapente, cerf-volant, kite (sur eau, terre et neige), speed-riding et boomerang**. Chaque pratiquant, en fonction de ses aptitudes et de son goût pour l'aventure, peut ainsi s'orienter vers différents moyens pour découvrir un milieu insolite, l'air, et jouer avec.

La FFVL est agréée par le ministère en charge des sports et assure par là une **mission de service public**. De plus le ministre a délégué à la FFVL les pratiques du delta, du parapente, du cerf-volant, du kite terrestre, du speed-riding et du boomerang, lui confiant ainsi le soin d'édicter les règles techniques et de délivrer les **titres de Champion(ne) de France**. Comme la plupart des fédérations sportives, elle regroupe des pratiquants licenciés en club ou en école labellisée. Elle est structurée en comités départementaux et en ligues régionales.

La FFVL s'attache à **promouvoir les cinq disciplines du vol libre** et à favoriser un enseignement qui tende vers l'autonomie du pratiquant pour une meilleure sécurité et un accompagnement jusqu'au plus haut niveau. Ses responsables s'efforcent de pérenniser et développer les sites de pratique, de faire connaître le vol libre par une communication orientée vers un large public et de faire rayonner le vol libre français sur tout le territoire.

**Pour mieux connaître la FFVL, ses activités, ses priorités, son champ d'intervention :**  
<https://federation.ffvl.fr/>

**2. CONTEXTE**

**a- Notre Projet politique de la FFVL Olympiade 2021 - 2024**

« L'air est notre élément, la nature notre milieu, la sécurité notre priorité »

La FFVL a fait la preuve de sa capacité à se transformer pour mieux répondre aux demandes de son ministère, aux besoins des licenciés et des pratiquants :

- réponse au besoin d'évasion que la crise sanitaire a fait naître ;
- hausse significative du nombre de [licenciés](#) ;
- des résultats sportifs significatifs au plus niveau dans toutes les disciplines ;
- une gestion [financière](#) saine et prudente ;
- une communication plus complète et multipliée.

Bien sûr, il reste des points d'amélioration au niveau de la FFVL à trouver et à mettre en œuvre :

- Accentuer encore la proximité entre la fédération et les pratiquants par la diversité des canaux de communication ;
- La mise en cohérence de tous les projets et actions en favorisant la transversalité entre les commissions et les diverses structures ;
- La recherche de partenaires dans une tendance budgétaire de plus en plus contrainte.

#### b- Notre constat :

- La FFVL est peu connue du monde sportif,
- La FFVL est peu connue des médias,
- La FFVL n'est pas connue des entreprises ni du grand-public car il n'y a pas de lien dans le nom de la FF Vol Libre qui fait la relation avec les 5 activités.

#### c- Notre communauté :

##### site internet :

- FACEBOOK : <https://www.facebook.com/FederationVolLibre> 12 547 abonnés
- TWITTER <https://twitter.com/FFVL> 1596 abonnés
- INSTAGRAM <https://www.instagram.com/ffvlofficier/> 1865 abonnés
- LINKED-IN <https://www.linkedin.com/company/f-d-ration-fran-aise-de-vol-libre/> 595 abonnés
- YOU TUBE <https://www.youtube.com/user/FFVLofficiel> 4580 abonnés

##### Communauté indirecte :

A ajouter celles des champion (e) s identifié (e) s par exemple

<https://www.facebook.com/AlexCaizergues> 25000 abonnés

<https://www.facebook.com/eliotnochez> 22000 abonnés

et activités et autres groupes

[https://www.facebook.com/kiteFFVL/community/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/kiteFFVL/community/?ref=page_internal) 3192 abonnés

[https://www.facebook.com/MagazineParapente/community/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/MagazineParapente/community/?ref=page_internal) 9669 abonnés

#### d-Nos cibles :

- Le grand-public, les pratiquants et les licenciés
- Les médias sport, généralistes, nationaux et régionaux, et les médias spécialisés.
- Les professionnels et acteurs du sport.

#### e- Nos objectifs :

- **Renforcer l'image de la FFVL** par une communication actuelle faite de beaucoup d'images et de vidéos : transformation digitale de notre communication
- **Valoriser la diversité des pratiques et les pratiquants licenciés** regroupés au sein de la FFVL
- **Faire connaître la performance des champions** français dans ces disciplines au niveau international.
- **Faire comprendre le rôle** déterminant d'une organisation fédérale notamment par la prise de la licence dans le développement des activités sportives et de loisirs, dans le soutien social et la protection de l'environnement.
- **Emouvoir** en tant que fédération de pleine nature par la beauté des paysages et par le bonheur qu'elle peut procurer à **toute personne éloignée** de ces pratiques.
- **Donner envie** à toute personne en découverte et tentée par une activité en montrant qu'elle peut trouver du plaisir en sécurité avec un apprentissage facilité par des écoles spécialisées, le prolonger grâce aux clubs et montrer que nos activités sont accessibles à tous et toutes, à travers les vols découverte notamment.

### 3. MISSIONS ATTENDUES DU ou DE LA CHARGE (E) DE COMMUNICATION DIGITALE

Sous le pilotage du Bureau Directeur et plus particulièrement de la personne responsable de la communication, le/la prestataire CHARGE DE COMMUNICATION DIGITALE sera en charge du développement et de la gestion de l'image de la marque FFVL ainsi que de la présence de la fédération sur les réseaux sociaux. La FFVL vient de décider une transformation de sa communication qui deviendra entièrement digitale à partir de janvier 2023.

Le CCD sera chargé de structurer la communauté, recenser l'existant, définir les terrains sur lesquels l'animer (site internet, médias sociaux, forums, blogs etc.), d'identifier et de recruter des acteurs clés capables d'animer cette communauté, d'étendre et de maintenir la communauté d'internautes de la FFVL.

Il sera également chargé de définir les indicateurs permettant de suivre la « vie » de la communauté (nombre de « posts », qualité des réponses...) et de planifier et suivre les actions de recrutement de membres en ligne (partenariats, parrainage, campagne d'e-mailing, jeu concours...).

Il sera également le « modérateur » afin qu'il (elle) fasse respecter des règles éthiques et sera amené à modérer les débordements.

Le CM proposera un plan d'action pour le développement des sites Internet et des réseaux sociaux de la FFVL et notamment l'augmentation des consultations sur chacun des supports cités ci-dessus :

- **Gestion du site web** : mise à jour, référencement SEO... l'**organisation de campagnes publicitaires** : e-mailing, échange de bannières, affiliation.
- **Rédiger** du contenu en concertation avec l'agence de presse de la FFVL avec la rédaction de posts pour intégration sur le site internet officiel FFVL.
- **Animer** les communautés des réseaux sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram notamment) ;
- **Elaborer** une stratégie de présence optimale de la marque sur les réseaux sociaux ;
- **Gérer** la relation avec les licenciés et les autres groupes satellites : il s'agit là de répondre aux interrogations des pratiquants ou des usagers sur les réseaux sociaux ;
- **Organiser** des événements digitaux pour promouvoir la marque.
- **Identifier des influenceurs** pour les impliquer dans le dispositif
- **Organisation de campagnes publicitaires** : e-mailing, échange de bannières, affiliation...

Un plan de communication permettant de répondre aux différents objectifs énoncés est inclus dans cette mission en prenant en compte les grandes missions institutionnelles de la FFVL, les grands événements, les champions et ambassadeurs (personnalités, aventuriers...) de chacune des disciplines sportives.

Enfin, le/la CCD travaillera en coordination avec les autres services de la FFVL notamment avec l'équipe de communication et l'agence de presse LIGNE BLEUE, il/elle fera remonter les constatations sur le « terrain ».

L'essentiel de la mission se fera à distance (télétravail)

#### a- Conseils et recommandations

**Proposition d'une méthode d'accompagnement** de la FFVL comprenant un planning d'intervention en phase avec l'agence de presse et en adéquation avec le calendrier fédéral

#### **Production et diffusion de contenus éditoriaux**

Définition d'une ligne éditoriale en concertation avec la FFVL et l'agence de presse, rédaction des contenus éditoriaux et mise en place d'un planning de diffusion spécifiques aux RS.

#### **Organisation de rendez-vous avec les acteurs de la FFVL pour remonter du contenu**

**Développement du cross postage** (avec les autres pages Face book liées avec l'activité FFVL)

#### **b- Présence sur les grands événements**

Présence sur 2 à 3 événements phares dans la saison. Coordination avec les services communication des événements et l'agence de presse de la FFVL pour récupérer les informations et les contenus photos et audiovisuels nécessaires aux relations presse, à l'animation du site internet et des réseaux sociaux de la FFVL.

#### **e-Reporting**

Mise à disposition de la FFVL d'un reporting régulier des actions presse passées, en cours et à venir,

#### **f- pilotage :**

Présence aux réunions de co-pilotage mensuelle par TEAMS, tous les premiers mardis du mois sauf cas particulier, bilan mensuel, préparation des actions à venir, rédaction d'un CR à chaque réunion, outil de travail interne avec la FFVL.

#### **g- qualités :**

Le/a chargé/e de communication digitale devra posséder une **appétence certaine pour l'environnement web. Polyvalent/e**, il/elle devra posséder des compétences en rédaction, codage, graphisme, community management... Il ou elle peut compter sur sa **curiosité**, sa **réactivité** et son **adaptabilité** pour actualiser ses compétences en permanence.

Le ou la prestataire devra être **force de proposition**. Il/elle doit être **méthodique**, doté/e d'un **sens certain des priorités**, et posséder des **capacités d'observation, d'analyse et d'anticipation**.

Enfin, le/la chargé/e de communication digitale fait partie de l'équipe de communication et donc attaché/e au collaboratif, doté d'un **excellent relationnel** et d'un fort **esprit d'équipe**. L'équipe dans lequel il évoluera devra pouvoir compter sur son **organisation**.

En complément le/la CCD doit avoir des qualités nécessaires telles que :

- Etre à l'écoute, être capable de faire partie de la communauté, de la comprendre.
- Posséder une grande culture générale
- Avoir des qualités d'empathie, de psychologie et d'écoute.
- Avoir un niveau de vocabulaire et de maîtrise du français irréprochable.
- Posséder des compétences telles que la maîtrise de l'ensemble des médias et réseaux sociaux. Des compétences techniques permettant la gestion et l'animation de sites Internet sont nécessaires.
- Savoir parler anglais

#### **4- LES ÉLÉMENTS DE RÉPONSE ATTENDUS**

Il est demandé aux prestataires candidats de présenter :

- Une présentation et des références reconnues dans des domaines similaires ou proches de ceux de la Fédération Française de Vol Libre,
- Leurs recommandations sous la forme d'un document numérique,
- Un budget détaillé sur la base du point 7 ci-dessous, (dont taux jours)

#### **5. LES CRITÈRES DE SÉLECTION**

Un Comité de sélection lira toutes les réponses apportées et pourra, s'il le juge nécessaire, organiser des rendez-vous avec les prestataires ayant apporté une réponse.

Les critères retenus seront :

- La qualité des recommandations et des plans d'actions proposés,
- La compréhension du dossier et la pertinence de l'analyse,
- Les précisions, la cohérence et la faisabilité des solutions préconisées,
- Les compétences et l'expertise de l'intervenant, la maîtrise des réseaux sociaux,
- Les idées complémentaires apportées,
- Les qualités recherchées comme :
  - o La connaissance de l'univers du sport plein air
  - o L'aisance rédactionnelle
  - o La pro-activité

### Diplômes souhaités

- Diplômes universitaires de niveau Bac +3 à Bac +5 en sciences humaines (lettres, arts, histoire, sociologie...) complétés par une spécialisation dans la communication *on line* ou par un Master spécialisé en *communication digitale et webmastering*
- Formation supérieure de type IEP ou écoles de commerce généralistes, complétée par une spécialisation en marketing ou dans la communication *on line*
- Écoles spécialisées en communication, marketing, relations publiques ou dans le journalisme

### 6- AGENDA PROCESSUS

Les réponses à la consultation devront parvenir à la FFVL au plus tard 1er août 2022 à 14h00 à l'attention de :

Sophie MAUREL  
Directrice Administrative FFVL  
Courriel : [recrutement@ffvl.fr](mailto:recrutement@ffvl.fr)  
1 place du Général Goiran 06 100 NICE

Première sélection sur dossier et éventuellement échange téléphonique  
Entretien des candidats sélectionnés en présentiel et ou teams à Lyon (première quinzaine août)

La mission débutera début septembre **2022**. Elle se formalisera dans le cadre d'un contrat annuel renouvelable afin de pouvoir affiner les missions en fonction de l'évolution du dispositif marketing de la FFVL.

### 7- APPROCHE BUDGÉTAIRE

La FFVL consacrera une enveloppe budgétaire maîtrisée pour les honoraires de conseil qui ne doit pas dépasser 30 000 € HT pour l'année du 01/09/ 2022 au 30/08/ 2023.

Il s'agira de préciser le contenu détaillé de la mission dans cette enveloppe budgétaire et de circonscrire un dépassement budgétaire si cela s'avère nécessaire.

Les frais de vie (déplacement, hébergement, repas) ne devront pas dépasser 3 000 € TTC sur l'année et sur présentation de justificatifs.