

CONSULTATION FÉDÉRATION FRANÇAISE DE VOL LIBRE

POUR UNE MISSION DE RELATIONS PRESSE

Période mai 2022 à avril 2023

Nos réf. AO-relations-presseFFVL-mars22.doc

Nice, le 10 mars 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 chargé 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 champs d'intervention :
<https://federation.ffvl.fr/>

2. CONTEXTE

a- 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- 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- Objectifs :

- **Renouveler son image** par une communication actuelle faite de beaucoup d'images et de vidéos ;
- **Donner envie** à toute personne en découverte et tentée par une activité en montrant qu'elle peut donner du plaisir en sécurité avec un apprentissage facilité par des écoles spécialisées et montrer que nos activités sont accessibles à tous et toutes, à travers les vols découverte notamment ;
- **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 ;
- **Émouvoir** 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 ;
- **Poursuivre le travail de relation presse effectué depuis 2019, base bilans joints (2020/2021).**

d- Cibles :

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

3. MISSIONS ATTENDUES

Sous le pilotage du Bureau directeur et plus particulièrement de la personne responsable de la communication, le prestataire propose un plan d'action relatif aux relations avec les médias, les journalistes et les influenceurs.

Un plan de communication permettant de répondre aux différents objectifs énoncés est inclus dans cette consultation afin de permettre de cadrer les missions attendues.

Le plan de communication prend en compte les grandes missions institutionnelles de la FFVL, les grands événements, les champions et ambassadeurs (personnalités, aventuriers...) de chacune des disciplines sportives.

Les relations presse sont un élément important du dispositif de communication en complémentarité avec l'utilisation d'autres outils comme les réseaux sociaux ne devra pas être négligée et intégrée sur les plateformes FFVL (Facebook, instagram, twitter, linkedin...).

a- Conseil et recommandations

Proposition d'une méthode d'accompagnement de la FFVL comprenant un planning des communiqués en adéquation avec le calendrier fédéral, la définition des éléments de langage, l'accompagnement de la FFVL lors des rendez-vous médias et la proposition d'actions presse quand des opportunités se présentent.

b- Production et diffusion de contenus éditoriaux

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

Utilisation d'un modèle graphique (visuels fournis par la FFVL) pour la mise en page des communiqués de presse et diffusion. Le logiciel de diffusion est au choix et à la charge du prestataire. Un listing de diffusion fourni par la FFVL pourra venir compléter celui de l'attaché de presse.

Tous les contenus produits (communiqués et dossier de presse) pourront être exploités pour animer le site internet de la FFVL et ses réseaux sociaux.

c- Gestion de la presse

Création d'un fichier presse qualifié pour la diffusion des communiqués et informations presse, pour les relances téléphoniques des journalistes et le suivi des demandes médias.

Pour chaque action presse, le prestataire s'assurera de la reprise des informations et/ou de la présence des journalistes. Il ou elle sera présent(e), autant que possible et surtout dans un premier temps, lors des rendez-vous et interview avec les journalistes.

d- Organisation de rendez-vous médias par la FFVL

Organisation et gestion, sous la responsabilité du responsable communication de la FFVL, de conférences de presse et de voyages de presse tels que prévus par le plan d'actions en communication proposé. Les frais (logistique, transports, logements...) seront à la charge de la FFVL.

e- Coordination des prestataires photos et vidéos

Coordination des prestataires photos et vidéos retenus par la FFVL lors des grands rendez-vous médias, sportifs et grand-public. Le prestataire retenu pourra être force de proposition et participer à la consultation des prestataires photos et vidéos.

f- Présence sur les grands événements

Présence sur deux à trois événements phares dans la saison. Coordination avec les services communication des événements pour récupérer les informations et les contenus photos et audio-visuels nécessaires aux relations presse, à l'animation du site Internet et des réseaux sociaux de la FFVL.

g- Reporting

Mise à disposition de la FFVL d'un reporting régulier des actions presse passées, en cours et à venir, ainsi qu'un press book annuel et/ou suite aux grandes échéances prévues dans la saison. L'abonnement à un service de veille média (type Argus ou Kantar) sera géré par le prestataire et pourra être facturé en supplément à la FFVL sur devis. Le bilan annuel sera accompagné de recommandations pour la saison à venir.

h- Conseil et mise en place de partenariats médias

En collaboration avec le responsable communication et partenariats de la FFVL, le prestataire proposera des pistes de réflexion pour des partenariats médias. Il sollicitera le ou les médias retenus pour des rencontres avec la FFVL. Le prestataire assurera le suivi et l'activation du ou des partenariats médias mis en place.

i- Pilotage

Présence aux réunions de copilotage mensuelles par visioconférence Teams, tous les X mardi 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.

4. LES ÉLÉMENTS DE RÉPONSE ATTENDUS

Il est demandé aux prestataires candidats de présenter :

- Une présentation d'un.e attaché.e de presse 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 :
 - La connaissance de l'univers du sport plein air ;
 - L'aisance rédactionnelle ;
 - La pro-activité.

6. AGENDA PROCESSUS

Les réponses à la consultation devront parvenir à la FFVL
au plus tard le mercredi 30 mars 2022 à 14h00 à l'attention de :

Sophie MAUREL
Directrice administrative FFVL
Courriel : 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 à Lyon (courant avril).

La mission débutera le **2 mai 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 17 000 € HT pour l'année (2 mai 2022 au 30 avril 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.