



FÉDÉRATION  
FRANÇAISE AVIRON

# **BILAN**

Actions de communication

Plan de relance

*Point au 25 octobre*



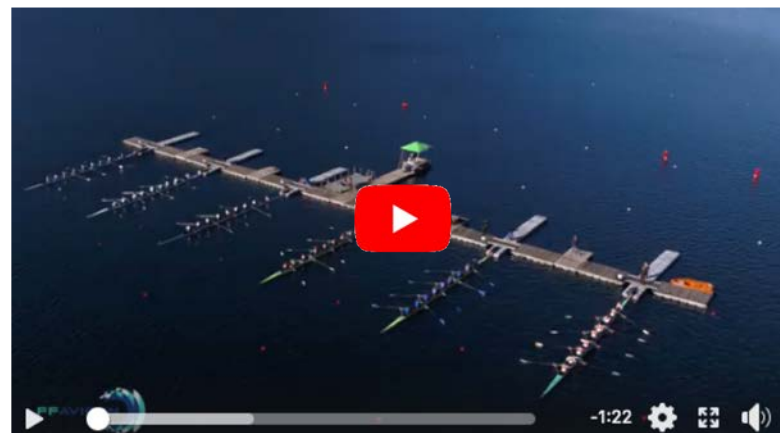
# CRÉATION D'UN FILM DE PROMOTION DE L'AVIRON

# FILM DE RENTRÉE

**Durée du film : 1'23**

**Réalisation : Nefertiti**

**Publié le 31 août 2020 à 18H15**



Portée : 141 K

Dont 63 200 en organique et 77 800 en payé

Vues vidéo + 3sec : 68 K

Interaction : 2,6 K



200 €



Portée : 209 K

10% des comptes touchés n'étaient pas abonnés

Vues vidéo : 5 148 en organique



150 €

Remarque : Plusieurs clubs ont contacté la fédération pour récupérer le film afin de le diffuser et faire la promotion de l'aviron en local.



# VALORISATION DE L'AVIRON, SES VALEURS ET DES CLUBS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

## RAPPEL DES OBJECTIFS

Après un premier semestre 2020 à l'arrêt, la Fédération Française d'Aviron avait pour mission de renforcer la communication des clubs pour la rentrée. La campagne #FamilleAviron était un levier fort de communication pour cette période. Voici ses objectifs.

# #1

Communiquer sur la « Semaine Famille Aviron », une opération durant laquelle les licenciés invitent leurs proches à découvrir **les joies de la rame**.

# #2

Donner le sentiment **d'appartenance** à la communauté de l'aviron, animer les licenciés et faire connaître le sport sur les réseaux sociaux.

## LE CONCEPT

Interpeler les licenciés avec un **langage très technique** qu'ils sont les seuls à pouvoir comprendre, tout en les invitant à faire découvrir l'aviron à leurs proches. Il en résulte une **communication décalée**, qui crée un **fort sentiment d'appartenance**.





## L'AVIRON, UNE HISTOIRE QUI S'ÉCRIT SOUVENT EN FAMILLE

12/09/2020

# PARTAGEZ DES SENSATIONS À LA PELLE !

DU 12 AU 20 SEPTEMBRE

Participez à la **Semaine Famille Aviron**  
en famille ou entre amis.



SEMAINE #FAMILLEAVIRON



# RÉACTIONS SUR LES RÉSEAUX

**Fédération Française d'Aviron**  
Publié par Line Louveau [?] · 13 septembre · G

[#FamilleAviron]

À l'occasion de la semaine #FamilleAviron, zoom sur ces histoires de famille qui font l'aviron français !  
Qu'ils soient dirigeants de club, bénévoles, entraîneurs, rameuses ou rameurs, ou bien arbitres, ils ne sont pas venus à l'aviron par hasard, mais pour s'y retrouver en famille !... [Afficher la suite](#)



FFAVIRON.FR  
**L'aviron, une histoire qui s'écrit souvent en famille - FFA**  
On dit souvent que l'aviron est une grande famille. On ne croit pas si...

6 824 Personnes touchées    1 176 Interactions    Boost indisponible

96    17 commentaires 21 partages

**Nadine Limouzin** Mon père était président de la SHA... en 1971, l'année de mes 15 ans....l'aviron est devenu une passion qui ne m'a pas quittée 😊



J'aime · Répondre · Envoyer un message · 2 sem

**Claire Brun** Pour moi ce sont mes fils Antoine et Maxime, qui ont participé à de nombreux championnats de France et du Monde d'aviron de mer. Ils m'ont donné envie d'essayer et cela fait 17 ans que je suis licenciée au Cnclaouey, membre du CD et entraîneur fédéral j'encadre notre école d'aviron. Une véritable passion pour l'aviron.



J'aime · Répondre · Envoyer un message · 2 sem

**Isabelle Mattei** Ma grande soeur m'a transmis l'amour de l'aviron. J'ai travaillé dur pour pouvoir ramer avec elle. Après des années, nous avons eu fait 3 podiums de championnat de France ensemble. Ensuite j'ai ramé avec mes enfants et j'ai gagné la coupe de France avec ma nièce. Sans oublier le fait que j'ai rencontré mon mari à l'aviron aussi. L'aviron c'est ma famille.



J'aime · Répondre · Envoyer un message · 2 sem

**Christiane Bernard** Pour moi et Daniel c'est notre fils Pierre Bouffard qui nous a donné envie de venir ramer au club de Libourne. Nous y avons trouvé un sport mais également une superbe seconde famille de copains. Nous sommes aujourd'hui très engagés pour notre club, au CA, aux réparations des bateaux, au coaching, bref l'aviron a pris une place de choix dans notre vie de famille. Notre fille Marie-Lou a même pris son option Aviron pour le bac. Bref, génial!!!! 🏊



J'aime · Répondre · Envoyer un message · 2 sem

## PORTÉE LES RÉSEAUX



23 573 fans



Publication : 9 septembre 2020  
 15 800 personnes touchées  
 → 11 400 en organique, 4 400 en payé  
 337 réactions, commentaires partages  
 179 clics sur la publication

8,15 €



Publication : 10 septembre 2020  
 56 000 personnes touchées  
 → 12 500 en organique, 43 500 en payé  
 405 réactions, commentaires partages  
 489 clics sur la publication

33,37 €



Publication : 14 septembre 2020  
 8 300 personnes touchées  
 → 8 300 en payé  
 130 réactions, commentaires partages  
 138 clics sur la publication

36,16 €

## PORTÉE LES RÉSEAUX



13 600 fans



26,18 €

Publication : 10 septembre 2020  
 33 700 personnes touchées  
 → 7 000 en organique, 26 700 en payé  
 620 réactions, commentaires partages



32,65 €

Publication : 14 septembre 2020  
 24 600 personnes touchées  
 → 7 800 en organique, 16 800 en payé  
 780 réactions, commentaires partages



100 €

Publication : 18 septembre 2020  
 22 100 personnes touchées  
 → 4 400 en organique, 17 700 en payé  
 375 réactions, commentaires partages

## STATISTIQUES SITE INTERNET

La page d'accueil du site Internet a été revue afin de privilégier, pendant cette campagne de reprise, les informations permettant de découvrir les différentes pratiques et d'identifier les clubs.

### Cartographie – où pratiquer ?

Août 2019	1 891 visites	Septembre 2019	2 183 visites
Août 2020	1 820 visites	Septembre 2020	2 218 visites

### Venez pratiquer

Septembre 2020 1 465 visites

73% des visites viennent d'un site externe ou recherche organique

27 % des visites viennent d'un clic depuis la Homepage

## BILAN DE LA CAMPAGNE DIGITALE



La campagne digitale a été perçue positivement par le monde de l'aviron (cf les retours sur les RS). Elle a contribué à favoriser la notoriété de l'aviron.

**1500**

La Fédération a enregistré 1500 connexions sur le site Internet FFA venant de l'extérieur pour se renseigner sur l'aviron.



Importance du planning de ce type de campagne.



# DISPOSITIF SACS À PAIN

## LE DISPOSITIF « SACS À PAIN » »

### UNE ACTION PEU POPULAIRE...

Un mail a été envoyé à tous les clubs pour leur proposer de réaliser des sacs à pain personnalisés à distribuer en boulangerie. Le sondage a révélé les résultats suivants :

#### ✗ 43 clubs répondants

Parmi les répondants, seuls 30% de clubs souhaitaient adhérer au dispositif, soit 13 clubs intéressés.

L'opération ne sera donc pas conduite au niveau national, l'économie d'échelle n'étant pas suffisamment intéressante.



A row of sailboats on a grassy field at sunrise. The sun is low on the horizon, creating a warm, golden glow and long shadows. The sailboats are on metal stands, and their sails are partially visible. The background shows a line of trees and a clear sky with some light clouds.

# **OPÉRATION LECLERC DRIVE**



# OPÉRATION MARKETING LECLERC DRIVE

## UNE PREMIÈRE TENTATIVE RÉUSSIE

La Fédération Française d'Aviron a expérimenté une opération marketing via l'agence Bogo +, pour accroître la notoriété des clubs sur leurs territoires.

Un mail a été préalablement envoyé aux clubs, savoir s'ils souhaitaient que les coordonnées du club soient transmises pour cette opération (sans fin commerciale).

### **Le dispositif**

Du 6 au 18 octobre, les Leclerc Drive ont offert à tous leurs clients la possibilité de bénéficier d'un pass activité de leur choix. Parmi les options proposées, le pass initiation aviron était possible.

Le client se rendait ensuite sur le site internet de l'opération pour choisir l'activité qu'il souhaitait tester.

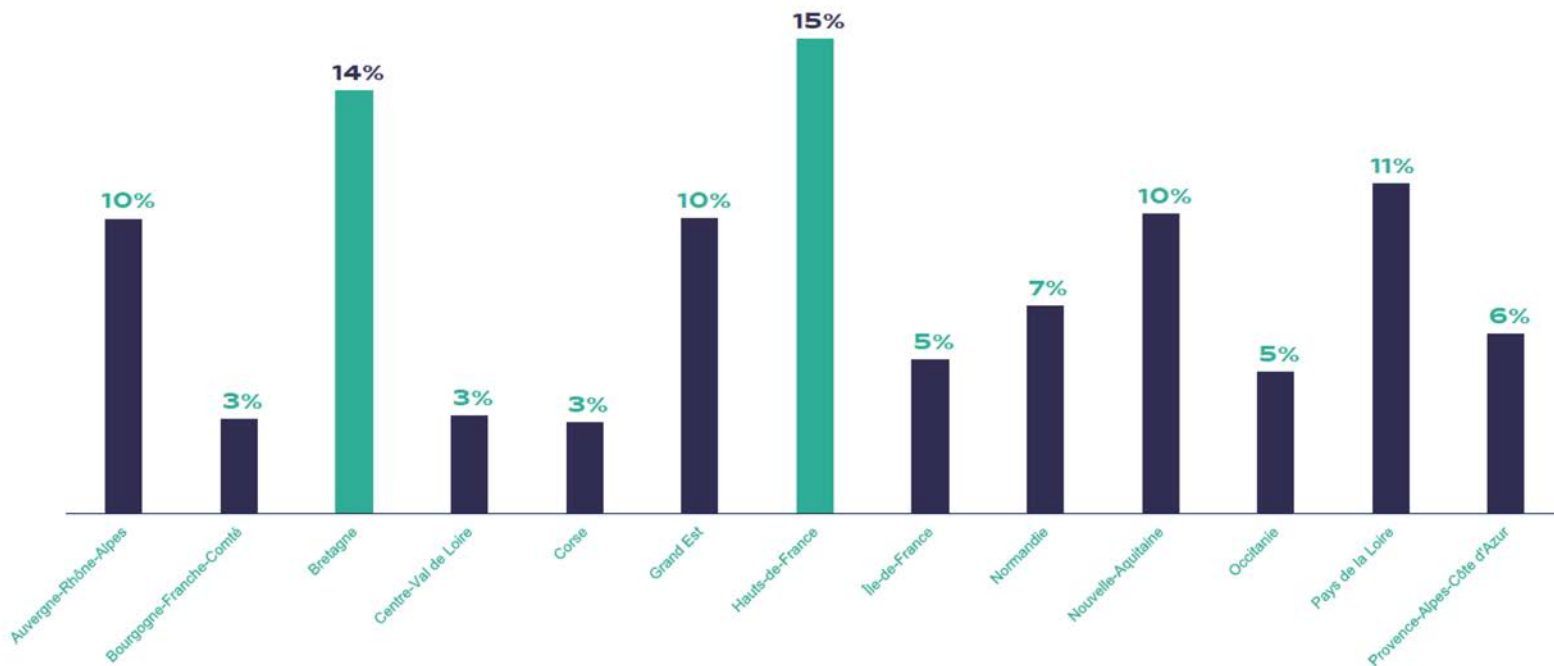
Le club décidait ensuite du type d'initiation et du créneau qu'il souhaitait proposer au participant.

# OPÉRATION MARKETING LECLERC DRIVE



96 989 visiteurs sur le site internet de l'opération

3 846 demandes de pass réparties dans 352 clubs d'aviron



Répartition par région



# ACCOMPAGNEMENT DE LA DIGITALISATION DES CLUBS

# LA PLATEFORME MON ASSO FACILE - ASSO CONNECT

## LE CONCEPT

La FFAviron a souhaité accompagner les clubs dans la digitalisation de leur fonctionnement ; l'objectif est de permettre aux clubs de simplifier les tâches administratives, de mettre en place une stratégie de communication interne et externe en s'appuyant sur une base de contacts informatisée et de développer sa visibilité sur Internet.

## BILAN À DATE

**44 clubs** ont adhéré au dispositif + une dizaine en période d'essai

**2 webinaires** ont été réalisés en août-septembre avec 15-20 clubs participants

**1 webinaire** aura lieu le 19 novembre pour les clubs déjà inscrits, afin de répondre à leurs interrogations