



CERTIFICAT FEDERAL FOOTBALL 4

Module Projet associatif

BLOC-NOTES

Direction Technique Nationale



Sommaire

Le projet club

-  Les trois dimensions du projet club 3
-  Les valeurs 4

La méthodologie de projet

-  Les étapes d'un projet 5
-  Le diagnostic 6 à 8
-  Les objectifs généraux 9
-  Les axes d'amélioration 10 et 11
-  Les actions 12 à 15
-  L'évaluation et le suivi 16

Les objectifs généraux

-  Le club et son environnement 17
-  Le pouvoir d'attraction 18
-  La qualité de l'accueil 19
-  La fidélisation 20

La communication du club

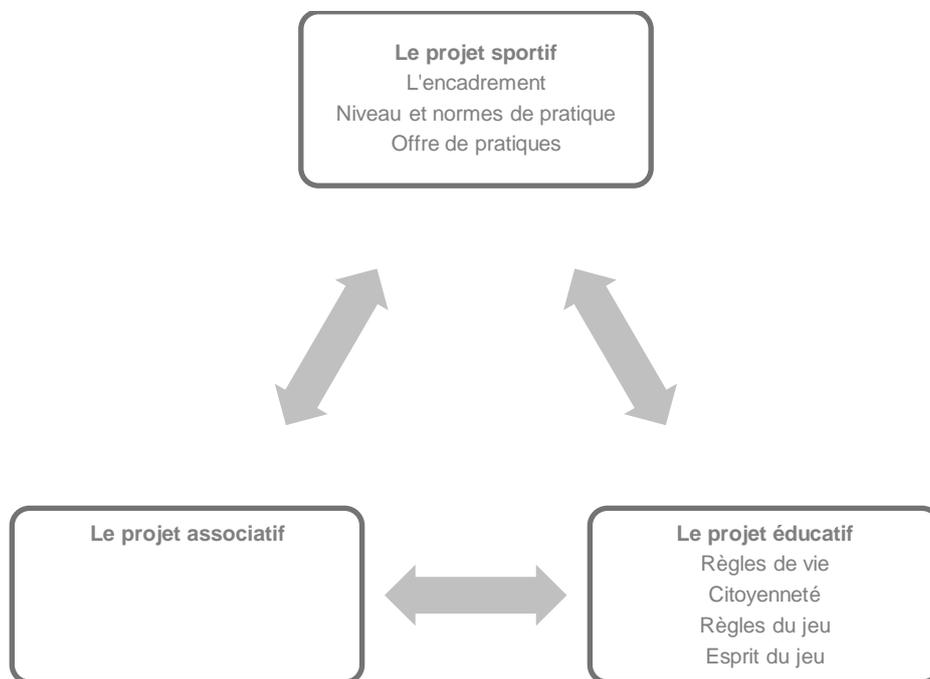
-  La communication interne et externe 21 et 22

La boîte à idées



Les trois dimensions du projet club

Complétez le schéma ci-dessous.



Définition du projet associatif :



Les Valeurs

Décrivez les 3 valeurs qui symbolisent le mieux pour vous le football et classez-les par ordre d'importance. Parmi les 3, vous pouvez en ajouter une ne figurant pas dans cette liste.

Notez-les au tableau et explicitez vos choix à votre groupe.

Par groupe, recensez toutes les valeurs et ressortez les 3 plus importantes.

Déterminez les 3 valeurs qui selon vous caractérisent le mieux votre club. Par deux, comparez et échangez autour de ces valeurs.

<p>Amitié sincère Disponibilité Education Apprentissage Objectivité Ethique Epanouissement Spiritualité Humour Humilité Modèle Détermination Efficacité Ouverture d'esprit Intégrité Estime de soi Equité Harmonie Discipline / rigueur Emotion</p>	<p>Plaisir Excellence Famille Sécurité Liberté Générosité Innovation Optimisme Simplicité Authenticité Aventure Respect Tolérance Créativité Ecoute / Empathie Compassion Courage Performance Dépassement de soi Autonomie</p>	<p>Leadership Patience Persévérance Prospérité Professionalisme Travail d'équipe Flexibilité Reconnaissance Responsabilisation Amour inconditionnel Sagesse Evolution Partage Beauté Equilibre Qualité de vie Support Contribution Honnêteté Engagement Solidarité</p>
---	--	--

VOS VALEURS FOOTBALL		

LES VALEURS DU GROUPE		

LES VALEURS DE VOTRE CLUB		



Les étapes d'un projet

Charles, Président d'un club de football, sort d'un rendez-vous avec son médecin traitant.

Diagnostic : surcharge pondérale, taux de cholestérol élevé.

Que pouvez-vous proposer à Charles (120 kg) afin d'améliorer son état de santé ?

Identifiez les étapes clés du projet de Charles en complétant le tableau ci-dessous :

ETAPES	MOTS-CLES	PROJET DE CHARLES

Synthèse

ETAPES	MOTS-CLES



Le diagnostic

Etablissez le diagnostic du club FC Léon à partir du document présentant l'assemblée générale de fin de saison. Faites ressortir les points positifs et les points négatifs. Déterminez les axes de progression.

REGLEMENTS DE COMPTES A OK CORAL ! LE MENSUEL DU SPORT ASSOCIATIF MUNICIPAL

RIFIFI à L'assemblée générale du LEON FC

La salle du centre social trop petite pour l'assemblée générale du football cela n'était jamais arrivé. L'assistance était nombreuse, "trop pour être honnête" avait fait remarquer un vieux dirigeant qui connaît sa démocratie comme sa poche, la suite allait lui donner raison.

Le président ouvrait normalement la séance par le rapport moral de l'association quand un individu non identifié pris la parole. Se présentant comme le porte-parole des parents de l'école de football, il entraînait immédiatement dans le vif du sujet ; il remettait en cause la validité de l'assemblée générale n'ayant constaté aucune liste d'émargement, ni indication de quorum. Il s'étonnait également de la non représentativité des parents, ceux-ci n'étant pas comptabilisés comme adhérents et les 120 enfants de l'école de football ne pouvant avoir l'âge requis pour voter, tout ce petit monde se trouvait exclu de toutes décisions.

Il s'ensuivait un brouhaha verbal et quelques noms d'oiseaux fusaient, cela laissait augurer du pire. Heureusement chacun repris son calme et le président invita son interlocuteur à poursuivre, sollicitant au passage les élus présents à vérifier le quorum et indiquant qu'il serait effectivement souhaitable de modifier les statuts pour un meilleur fonctionnement de la démocratie interne en ce qui concerne la représentativité de tous dans l'association. Habiles propos qui ne faisaient que renforcer la suite.

UNE LONGUE LISTE DE DYSFONCTIONNEMENTS.

* Manque de transparence dans le budget de l'association, l'école de football semble le parent pauvre, aucun budget propre, peu d'actions, équipements vieillis et jamais renouvelés (maillots des débutants dépareillés et troués), matériels usagés (ballons), alors que les cotisations représentent plus d'un tiers de l'ensemble des adhérents

* Une information quasiment inexistante ou mal adaptée au fonctionnement d'un club de cette importance. On ne sait pas, qui fait quoi, qui est qui. Aucune réunion ou alors si elles ont lieu, où et quand. On ignore tout ou à peu près tout des règles de fonctionnement. Des panneaux illisibles et surchargés d'informations concernant tout et n'importe quoi.

* Un fonctionnement sportif qui semble particulièrement inégalitaire, si les équipes 1 et 2 semblent bien encadrées par des éducateurs, des dirigeants, des arbitres, il n'en est pas de même pour toutes les équipes. Un éducateur spécifique pour les meilleurs, pour les autres un turn-over important ou pas d'éducateur du tout et ceci aussi bien en match qu'à l'entraînement ou l'on constate que sur le meilleur terrain, l'équipe 1 s'entraîne avec 10 enfants pour un éducateur diplômé et les autres, une trentaine, délaissés sur le petit terrain bosselé, sous la direction d'un jeune sans qualification. Des enfants qui n'ont participé à aucun plateaux ou matchs, sans parler des annulations de dernière minute faute de dirigeant et d'éducateur.

* Personne ne semble s'intéresser à personne, pas de prise en compte de l'environnement. Je connais des enfants qui ont dû abandonner la pratique du football parce que la famille n'avait pas les moyens de payer la licence.

* Une organisation quasi inexistante, quoi de plus normal car je n'ai remarqué dans l'organigramme aucune commission ou responsabilités attribuées à quelconque dirigeant sur les particularités de l'école de football. Il en résulte de nombreux problèmes concernant la sécurité :

- Des transports pour les matchs particulièrement désorganisés



- Pas d'éducateur à certain entraînement et des enfants qui rentrent seuls à pieds.
- Voitures qui pénètrent dans l'enceinte du stade à vive allure alors que l'éclairage des abords est insuffisant.
- Des éducateurs renvoient des enfants turbulents au vestiaire qui sont alors sans aucune surveillance.
- Accès au téléphone impossible, tout le monde cherche les clés d'un local constamment inaccessible.
- Absence de pharmacie aux entraînements, petits et gros bobos non soignés.
- Des enfants qui vont et viennent sans surveillance.
- Des vestiaires non fermés où tout le monde peut pénétrer.

* Une saison qui s'arrête dès que les plateaux ou les calendriers des matchs se terminent, les équipes régionales ont droit à leur tournoi interne et externe, pour les petits riens de semblable.

* Une absence quasi générale des responsables et des joueurs seniors sur les terrains le samedi, alors que les enfants eux sont souvent présents le dimanche avec des parents.

Voilà tracé un bilan et une ambiance générale qui frise la démission et qui n'incite guère les rares volontaires dont je fais partie à s'investir dans la vie d'un club qui mérite certainement autre chose.

La diatribe ayant pris fin, un dirigeant énervé s'en prenait à certains éducateurs, les accusant d'avoir orchestré la fronde, ceux-là même à qui l'on avait refusé des indemnités.

Intelligemment, le président calmait l'assistance, reconnaissant la non validité de l'AG, faute de quorum suffisant, il invitait l'assistance à se porter volontaire pour la mise en place d'une commission de réflexion chargé d'étudier un projet de restructuration générale des jeunes, commission réunissant des parents, des joueurs, des éducateurs et des dirigeants. Projet à soumettre à la prochaine AG ordinaire dans environ deux mois.

Il s'engageait également à soumettre aux adhérents une proposition de modification des statuts et pour se faire à c o n v o q u e r u n e AG extraordinaire.

L'AVENIR DU LEON FC est en marche.

LE MENSUEL DU SPORT ASSOCIATIF MUNICIPAL



Le diagnostic

POINTS +	POINTS -
AXES D'AMELIORATION POSSIBLE	

Classez vos axes d'amélioration par type de projet.

Le projet associatif	Le projet sportif	Le projet éducatif
<i>Ex : améliorer la sécurité autour de l'enceinte du stade</i>		



Les objectifs généraux

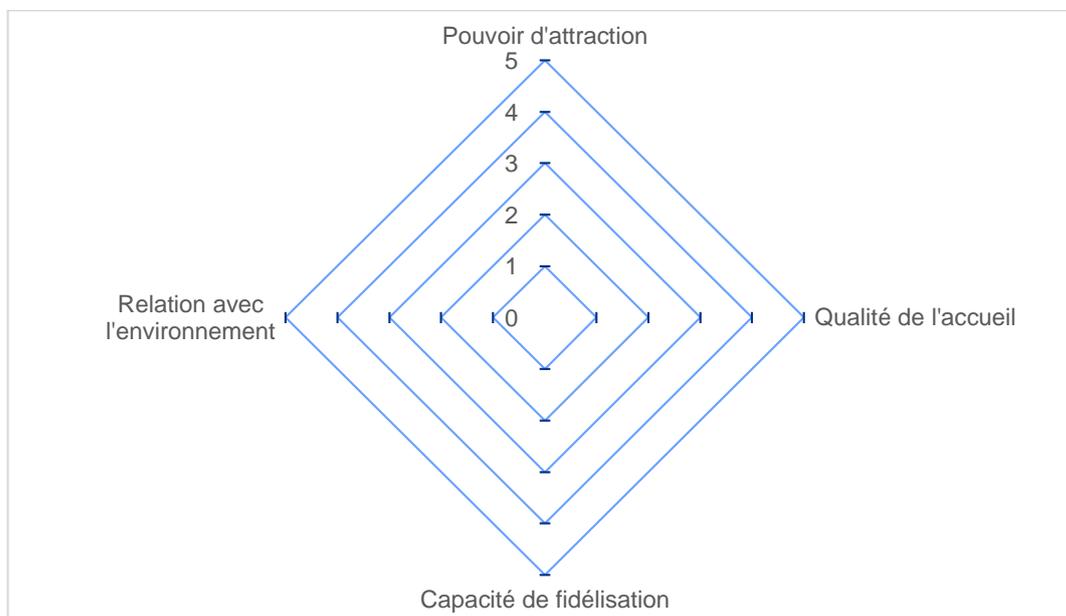
Remplacez les axes d'améliorations du FC Léon que vous avez identifiés précédemment et affectez-les aux objectifs généraux.

LE PROJET ASSOCIATIF	
Objectif général 1 : optimiser la qualité d'accueil	
Axe d'amélioration n° 1	
Axe d'amélioration n° 2	
Axe d'amélioration n° 3	
Objectif général 2 : renforcer le pouvoir d'attraction	
Axe d'amélioration n° 1	
Axe d'amélioration n° 2	
Axe d'amélioration n° 3	
Objectif général 3 : renforcer la fidélisation	
Axe d'amélioration n° 1	
Axe d'amélioration n° 2	
Axe d'amélioration n° 3	
Objectif général 4 : améliorer les relations avec l'environnement	
Axe d'amélioration n° 1	
Axe d'amélioration n° 2	
Axe d'amélioration n° 3	



Les axes d'amélioration

Evaluez de 1 à 5 le niveau du FC Léon pour chaque objectif général.



En fonction de l'évaluation ci-dessus, hiérarchisez les objectifs généraux en lien avec les axes d'améliorations prioritaires déterminés page 7.

LE PROJET ASSOCIATIF		
Objectif général n°	Axe d'amélioration n°	
Objectif général n°	Axe d'amélioration n°	
Objectif général n°	Axe d'amélioration n°	
Objectif général n°	Axe d'amélioration n°	



Hiérarchisation des axes d'amélioration

Classez vos axes d'amélioration du plus urgent au moins urgent.

Urgent / Important A réaliser immédiatement		Peu urgent / Important A réaliser dans 2 ans		Peu urgent / Peu important A réaliser dans 3 ans	
PROJET		PROJET		PROJET	
Objectif général n°	Axe d'amélioration n°	Objectif général n°	Axe d'amélioration n°	Objectif général n°	Axe d'amélioration n°
PROJET		PROJET		PROJET	
Objectif général n°	Axe d'amélioration n°	Objectif général n°	Axe d'amélioration n°	Objectif général n°	Axe d'amélioration n°
PROJET		PROJET		PROJET	
Objectif général n°	Axe d'amélioration n°	Objectif général n°	Axe d'amélioration n°	Objectif général n°	Axe d'amélioration n°
PROJET		PROJET		PROJET	
Objectif général n°	Axe d'amélioration n°	Objectif général n°	Axe d'amélioration n°	Objectif général n°	Axe d'amélioration n°
PROJET		PROJET		PROJET	
Objectif général n°	Axe d'amélioration n°	Objectif général n°	Axe d'amélioration n°	Objectif général n°	Axe d'amélioration n°



Les actions

Pour chaque axe d'amélioration, déterminez des actions structurantes vous permettant de répondre aux besoins du FC Léon. Classez-les par ordre de faisabilité et d'importance.

Objectif général n°1			
Axe d'amélioration n°1			
Actions à mener	Moyens financiers	Moyens humains	Matériel
Action 1			
Action 2			
Action 3			
Objectif général n°2			
Axe d'amélioration n°2			
Actions à mener	Moyens financiers	Moyens humains	Matériel
Action 1			
Action 2			
Action 3			
Objectif général n°3			
Axe d'amélioration n°3			
Actions à mener	Moyens financiers	Moyens humains	Matériel
Action 1			
Action 2			
Action 3			
Objectif général n°4			
Axe d'amélioration n°4			
Actions à mener	Moyens financiers	Moyens humains	Matériel
Action 1			
Action 2			
Action 3			



Le plan d'actions

Répartissez harmonieusement toutes les actions prévues sur le calendrier de la saison.

	Axes d'amélioration	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février
Pouvoir d'attraction							
Qualité de l'accueil							
Capacité de fidélisation							
Relation avec l'environnement							

	Axes d'amélioration	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
Pouvoir d'attraction							
Qualité de l'accueil							
Capacité de fidélisation							
Relation avec l'environnement							



La fiche action

Choisissez une action structurante et remplissez la fiche action ci-dessous

	Intitulé de l'action :		Date de l'action :
Axe d'amélioration			
Responsable de l'action			
Description de l'action			
Equipe chargée de l'action	Quoi ?	Qui ?	Quand et comment ?
Besoins matériels (lieux, affichage, ballons, déplacements, restauration...)			
Budget	Voir fiche budget		
Partenaires à mobiliser (internes et externes)			
Critères d'évaluation et de suivi de l'action	Qualitatif	Quantitatif	



Le budget d'une action

Nature de l'action							
Responsable de l'action							
Dates et lieu							
Dépenses				Recettes			
	Nature	Montant	% du total		Nature	Montant	% du total
Frais pédagogiques	Location de salle			Club- CG- adhérents	Participation clubs		
	Location de terrain, gymnase				Participation ligue, district		
	Matériel: ballons, coupelles, chasubles...tee shirts			Subventions, aides publiques et fédérales	Subvention communale		
	Bouteille eau pour salle ou terrain				Subvention intercommunale		
	Frais de personnel (salariés, vacataires...)				Collectivité: mise à disposition terrains et salles		
	Droits d'engagement. Tournoi, compétition...				Subvention conseil départemental		
	Photocopies, matériel bureautique.....				Subvention conseil régional		
	Assurances				Subvention Etat (CNDS...)		
	Autres (préciser)				Subvention Etat (aide à l'emploi)		
					Aides fédérales: Précisez		
	S/Total pédagogie				Aides privées		
Frais liés à l'accueil: café, thé ...			Partenaires (sponsors				
Repas+ boissons							
Frais Hébergement restauration	Hébergement			Ventes	Participation (droit d'entrée...)		
	S/Total hébergement restauration				Billetterie		
Frais divers	Fournitures diverses : équipements, objets promotionnels, cadeaux...			Ventes	Ventes de produits (tombola...)		
	Gestion administrative (tel. timbres				Recettes sur la restauration boissons...		
	Frais de déplacement. Ex location bus, minibus...			Divers			
	S/Total frais divers				Divers, autres, (préciser)		
Totaux	Total dépenses constatées			Totaux	Total recettes constatées		
	Valorisation bénévolat				Valorisation bénévolat		
	Total action				Total action		



L'évaluation et le suivi

Présentez une fiche de suivi et/ou d'évaluation de votre action. Elle présentera des éléments d'ordre quantitatif et qualitatif.



Le club et son environnement

En face à face et par deux, répondez aux questions suivantes : 3 minutes par question

Questions	Réponses
Les différents types d'associations ?	
Les préalables nécessaires à la création d'une association	
Les formalités obligatoires à la création d'une association	
Les assemblées générales de l'association	
Comment participer aux compétitions ?	
Les ressources de l'association	
Les responsabilités de l'association	



Le pouvoir d'attraction du club

Définition : capacité, pour un club, à attirer de nouveaux licenciés chaque saison.

Individuellement réalisez le diagnostic sur le pouvoir d'attraction de votre club, listez les axes d'amélioration. Choisissez un axe d'amélioration, listez trois actions possibles à réaliser.

OBJECTIF GENERAL : RENFORCER LE POUVOIR D'ATTRACTION	
Axe d'amélioration n°1	
Axe d'amélioration n°2	
Axe d'amélioration n°3	
Axe d'amélioration n°4	
Axe d'amélioration n°5	

Objectif général n°
Axe d'amélioration n°

ACTION A MENER	
Action n°1	
Action n°2	
Action n°3	



La qualité de l'accueil

Par groupe, étudiez et complétez le tableau ci-dessous.

Objectif	Axe d'amélioration	Actions
Renforcer la qualité de l'accueil	Renforcer la santé et la sécurité des pratiquants	
	Optimiser l'organisation et la vie du club (animation et vie associative)	
	Améliorer la qualité des installations et du matériel	
	Améliorer la promotion du club	



La fidélisation

Individuellement, complétez le tableau ci-dessous :

Problèmes	Solutions
Pourquoi ne parvient-on pas à fidéliser nos pratiquants ?	Quelles actions peut-on mettre en place pour fidéliser nos licenciés ?



La communication interne et externe

Après lecture du document ci-après, remplissez par deux le tableau ci-dessous.

D'une manière générale la communication vers les personnes non membres de votre association est la communication externe, alors que la communication vers vos membres est la communication interne. Cela paraît simple, et pourtant, trop souvent les associations confondent leur communication interne et leur communication externe.

Il en résulte une erreur classique : elles utilisent leur site Internet pour faire leur communication interne. Un site internet ne doit pas être utilisé comme l'outil principal de la communication interne d'une association. Pourquoi ? Parce que c'est un outil de communication public, une vitrine pour votre association.

Si un visiteur, membre potentiel de votre association, est lors de sa première visite sur votre site confronté à votre communication interne : il y a de fortes chances qu'il n'adhère pas. Car cette communication ne lui est pas adressée, elle peut être trop informative, utilisant des expressions et des abréviations qu'il ne connaît pas. Il va en résulter l'impression qu'il est face à un groupe déjà constitué, qui ne cherche pas à communiquer vers l'extérieur et il lui sera difficile de s'y intégrer. De plus, cela pose la question de la confidentialité des informations que vous diffusez via votre site Internet. Une rapide recherche permet de trouver de nombreuses listes d'adhérents avec les numéros de téléphone, les adresses et d'autres renseignements sur les membres. Ce n'est ni légal ni souhaitable de mettre en ligne ce genre d'informations. Et si votre fichier est réutilisé, vous en serez tenu responsable.

Pour chacun de vos messages, vous devez vous demander s'il est destiné à vos membres ou au public (inclus les partenaires). De la même manière vous devez adapter vos supports de communication selon que vous communiquez au public ou à vos membres (voir la liste en fin d'article).

Utiliser des supports de communication externes (comme les sites internet) pour passer des messages internes revient à communiquer vos messages internes au public. Est-ce que c'est réellement ce que vous souhaitez faire ? Est-ce que vous imprimeriez et afficheriez publiquement tous les messages à destinations de vos membres ? Ou même leurs coordonnées personnelles ? Généralement, si vous communiquez de la même manière à vos membres et au public : c'est que vous avez une marge de progression importante dans votre communication pour les uns et pour les autres. Et cela, même si le sujet ou la nouvelle portée par le message est la même : la forme doit être adaptée, et donc les messages séparés. Vos membres doivent sentir que vous communiquez vers eux de manière dédiée, qu'ils font partie de votre association et qu'ils sont assez importants pour bénéficier de messages internes. Le public doit accéder à une information synthétisée, filtrée et plutôt attractive.

Le point de départ de cette démarche est de définir les informations qui concernent vos membres et celles qui concernent le public. Une fois cette opération réalisée, identifiez les canaux de communication les mieux adaptés à votre communication interne et externe. Ils peuvent être différents selon votre public et les habitudes de vos membres.

Soyons réalistes, si les outils de communication externes sont si souvent utilisés à des fins de communication internes, c'est parce qu'ils étaient jusqu'à récemment plus accessibles (techniquement et financièrement) que les outils de communication interne (autres que les emails ou les mailing listes). Avec l'arrivée sur le marché d'intranets collaboratifs dédiés à la gestion et à la communication internet des associations la donne est en train de changer. Il serait dommage que les responsables associatifs et leurs associations n'en profitent pas.



La communication interne et externe

	Communication interne	Communication externe
Définition		
Publics concernés		
Objectifs		
Supports utilisés		



La boîte à idées



Ce livret appartient à :
