



## BILAN SAISON 2015/2016

### RINK HOCKEY

Michel DEBROUVER

Président de la commission communication Comité National

#### 1 Missions repérées :

- Réseaux sociaux (priorité absolue)
- Communication sur le Haut-Niveau
- Événements majeurs et communication
- Diffusion massive sur le nouveau site

#### 2 Missions réalisées :

- Articles systématiques sur les journées Elite M (Georges Prioleau, collaborateur bénévole a souhaité stopper son action)  
Peu de clubs ont joué le jeu pour transmettre un retour sur les matches à domicile, difficulté à collecter des informations.
- Compte Rendu des journées Féminines  
Même difficulté à collecter des informations, peu de relais avec des correspondants et transmission des infos de façon tardive.
- Relais Final Four : Fédération ???
- Coupe d'Europe
- Compétitions jeunes (Région, Ligues Féminines)
- EDF : Fédération ???  
La communication sur les événements nationaux (Final Four ou compétitions internationales) devait être effectuée par la fédération, il a fallu très souvent venir en soutien de la communication fédérale pour assurer une relative efficacité de celle-ci : démarche somme toute normale.  
Parfois il a fallu palier à une absence de volonté ou de mise en forme de moyens ou de personnel de la part de la Fédération pour communiquer sur le Rink-Hockey : c'est totalement anormal. (Mondial Vendée)

### 3 Constat réalisé :

- Faire fonctionner la cellule communication n'a pas été facile. Au fil du temps, il a fallu palier à certaines démissions ou au peu de disponibilité des uns et des autres.
- Le fait d'alimenter régulièrement le site et surtout le Facebook fédéral a permis de dynamiser la communication (environ : 2500 consultations par article)
- Le partage avec Jean Lassueur accroît notre diffusion et notre lisibilité
- Le Rink Hockey est la page la plus vue (2.9 Million), page fédérale : 5.8 Millions ; Roller Hockey : 2.7 millions
- Le Module de résultat a bien mieux fonctionné et du coup est consulté beaucoup plus souvent.
- Le site est globalement plus attractif et plus ludique

### 4 Avenir et Perspectives :

- ATTENTION : pas d'auto satisfaction : il faut dynamiser davantage notre Communication.
- Manque d'engagement des clubs : il faut créer certainement une zone d'échanges avec eux plus directe et plus systématique, il faut avoir une visibilité plus élevée, notamment en direction des jeunes. (Le Facebook Fédéral Rink doit être mieux identifié)
- Il existe une certaine limite à utiliser les réseaux sociaux : (les critiques et injures y fleurissent parfois gratuitement et sans aucune objectivité)
- Il est indispensable et incontournable de créer un contact réel avec les médias nationaux. (Il faut en avoir la volonté et y mettre de réels moyens : mission fédérale à mener...et pour toutes les disciplines)
- Le lien avec la Fédération était assuré avec Alexandre Chartier, celui-ci a été efficace grâce à la volonté d'Alexandre mais son poste a été redéfini : qui va prendre le relais et le lien va-t-il se révéler tout aussi efficace ???
- La Fédération ne fait pas de la communication sa priorité, tout au moins au niveau du Rink... (ex : Mondial en Vendée : Engagement fédéral très restreint en matière de communication. En 4 ans de mandat : aucun lien réel avec le responsable de la Communication fédérale malgré des tentatives d'échanges...)  
Bref une fédération, pour moi absente, de nos préoccupations en matière de communication et surtout de développement.
- Le prochain responsable de communication lié au Rink –Hockey doit posséder davantage de compétences sur l'utilisation des réseaux sociaux : c'est un moyen de diffusion d'informations qui ne peut absolument pas être ignoré ou sous utilisé.
- Il serait souhaitable de créer quelque chose autour de la vidéo pour accroître notre visibilité auprès de nos licenciés et de tous les acteurs de notre discipline et en direction du grand public : il faut y mettre les moyens...
- Le lien établi avec les entraîneurs nationaux doit être sauvegardé, voir intensifier pour nous permettre de relayer de l'information autour des équipes de France, trop souvent il faut faire du bricolage pour construire un article (peu de ressources en matière de photos, vidéos etc..)
- La nouvelle gouvernance fédérale se doit de prendre en compte la communication comme un de ces moyens majeurs de pouvoir se développer, il faut accroître la visibilité de toutes les disciplines.