

Comment bien communiquer sur le projet associatif de son club de sport ?

Vous avez suivi nos conseils pour [définir votre projet associatif](#) et l'avez formalisé dans un document ? Félicitations, les choses sérieuses peuvent commencer !

Maintenant que vous disposez de cette base, il vous reste à **l'exploiter au mieux** pour la mettre au service de votre club. Dans cet article, nous verrons :

- [Les avantages et les risques de communiquer sur son projet associatif](#)
- [Les canaux de diffusion et les messages à transmettre](#)
- [En quoi vos membres sont précieux pour y parvenir](#)

Cela vous tente ? Alors en route !

Pourquoi communiquer sur son projet associatif ?

Centrer sa communication sur des activités **limite par définition votre impact**. Au contraire, communiquer sur votre vision du monde, vos projets et vos actions ouvre un large champ des possibles.

Contrairement aux activités, souvent similaires, le projet associatif est **propre à chaque club** et permet ainsi de **le distinguer** des autres. C'est d'autant plus vrai au moment de comparer une association sportive à une entreprise proposant des services similaires.

C'est un véritable **avantage concurrentiel** qu'il s'agit donc de mettre en avant !

Une question peut alors se poser : **n'est-il pas risqué de miser sur son projet associatif** ? Une fois formalisé, il est effectivement possible que certains membres réalisent qu'ils ne s'y retrouvent plus et souhaitent quitter le navire.

Pour Jules Harduin, Trésorier de la [Fédération Française de Badminton](#) et Président du club Who's Bad Paris, **ces départs sont inévitables**, mais leur impact reste marginal :

"Il est possible que certains membres en désaccord avec le projet s'en aillent, mais cela les aurait poussés à partir tôt ou tard. En même temps, votre projet vous aide à séduire davantage d'adhérents, mais aussi à renforcer l'engagement des membres déjà présents. Dans l'ensemble, cela apporte de la cohérence et crée une atmosphère plus sereine. Les gains sont infiniment supérieurs aux pertes."

Une dernière situation justifie pleinement que vous communiquiez sur votre projet associatif : **la recherche de partenaires ou de financeurs**.

Tout comme votre ADN représente un **avantage concurrentiel** face à d'autres associations ou à des entreprises, il l'est pour un éventuel financeur.

Les mêmes mécanismes sont à l'œuvre, et vous devez dans ce cas convaincre que votre projet associatif est **solide, sérieux et vous distingue** d'éventuels concurrents.

Trouver les bons messages à transmettre

En ce qui concerne les **supports de communication**, nul besoin de tout révolutionner. Vous pouvez mettre en avant votre projet associatif sur vos supports habituels, notamment :

- - **Votre site internet**, à travers une section "à propos de notre club", [comme le fait Akhilleus](#), qui a choisi de mettre en avant son ADN, son engagement et ses projets,
 - **Vos comptes sur les réseaux sociaux**, si vous avez déjà l'habitude de les utiliser et que votre public-cible s'y trouve, vous pouvez y relayer des photos ou des messages renvoyant à vos projets et à vos valeurs,
 - **Les supports dits "physiques"**, comme les kakémonos utilisés à l'occasion du Forum des Associations ou tout autre affichage, et qui peuvent par exemple renseigner sur vos valeurs.

Au-delà des différents canaux de communication, qui peuvent varier d'un club à un autre, ce sont finalement **votre discours** et **votre message** qui importent.

Prenons l'exemple concret d'un club proposant un cours de step.

Si ce dernier met en avant sur une affiche qu'il propose un cours de step le vendredi soir, le message est clair, mais demeure très factuel. Il **risque de ne pas retenir l'attention**, ne dit rien de qui il est et ne donne pas particulièrement envie de tenter l'expérience.

Pourtant, ce même club pourrait aussi indiquer qu'il souhaite **apporter du bien-être** à ses membres et **créer du lien social** dans le village. Deux points simples, mais qui **donnent nettement plus envie** de se rendre au cours.

Seuls les arguments varient, mais en distillant des éléments de votre projet associatif, vous rappelez que vous proposez **bien plus qu'une simple activité**.

En fin de compte, il revient à votre club **d'identifier ces "petits plus"** qui font sa singularité et qui peuvent donner envie de le rejoindre.

S'appuyer sur les membres de son club

Vous le savez, le **bouche-à-oreille** peut s'avérer un outil de communication redoutable ! Pour convaincre de nouvelles personnes de vous rejoindre, vos adhérents doivent donc avoir les armes pour être **vos premiers ambassadeurs**.

Or, pour cela, il est indispensable qu'ils connaissent le **projet associatif** de votre club et soient capables de le restituer à d'autres personnes.

Pour votre club, le travail commence donc **dès l'accueil de nouveaux adhérents**. Pour que l'information circule, veillez à leur partager votre vision, vos projets et vos valeurs de façon transparente.

***Salma** mise beaucoup sur le bouche-à-oreille, selon elle, c'est un moyen de communication essentiel !*

Par la suite, assurez-vous que **l'information est facilement accessible**. Vous pouvez l'ajouter sur votre site internet, votre intranet, ou encore votre newsletter à destination des adhérents ou des bénévoles par exemple.

Vos objectifs et vos avancées doivent aussi être **régulièrement communiqués** que chacun en ait connaissance.

Pour les bénévoles, il est même possible d'aller plus loin et de prévoir un créneau de formation. L'objectif peut alors être de vous assurer que chaque bénévole est bien **capable de présenter et de promouvoir votre club** en quelques phrases simples.

L'idée n'est pas d'avoir un discours au mot près, mais de connaître les principales informations à mettre en avant et se les approprier pour avoir **un maximum d'impact**. Vous mettez ainsi toutes les chances de votre côté pour que le bouche-à-oreille fonctionne !

FAQ

Pourquoi communiquer sur son projet associatif ?

Contrairement à vos activités, votre projet associatif est par définition unique. Cela peut donc être un moyen de vous distinguer par rapport à vos concurrents. Pratique pour séduire de potentiels adhérents et booster l'engagement de ceux déjà présents.

Quels sont les meilleurs canaux pour le faire connaître ?

Les moyens de communication ont peu d'importance, vous pouvez tout à fait utiliser les mêmes que d'habitude. L'important se situe plutôt dans la construction du discours et des messages que vous transmettez.

Le bouche-à-oreille est-il efficace pour relayer son projet ?

Bien sûr ! Encore faut-il que vos adhérents connaissent bien votre projet associatif et soient capables de le restituer à d'autres personnes. Pour cela, assurez-vous de les tenir suffisamment informés et si besoin, proposez-leur une formation sur le sujet !

Conclusion

Si vous avez défini et formalisé votre projet associatif de manière sérieuse, autant **en tirer le maximum** en matière de communication ! S'il est possible de perdre une poignée de vos adhérents, les bénéfices tirés de cette communication dépassent nettement les risques.

Communiquer sur votre projet, aussi bien auprès de vos membres qu'à l'externe, ne peut finalement que **renforcer votre club**.

Au-delà des moyens de communication utilisés, cela revient à **ajuster votre discours et vos arguments**. En les rendant plus parlants et plus attractifs aux yeux de potentiels adhérents, mais aussi de partenaires et de financeurs, vous multipliez vos chances de les convaincre de vous rejoindre !

Informations et contact :

Fédération Nationale des Offices Municipaux du Sport

13-15, rue Ambroise Croizat • 94800 Villejuif • Tél. 01 79 84 85 10 • Email : fnoms@fnoms.org

www.fnoms.org