

1. Organisation et contexte

À la suite de la réorganisation ayant conduit à la scission du pôle **Communication / Marketing / Événementiel**, la **Communication** est désormais structurée en tant que service autonome. Elle est positionnée comme une cellule support transverse, au service des commissions, des différents services et des projets portés par la Ligue.

La saison a été marquée par des évolutions au sein de la gouvernance de la commission Communication, avec la démission en décembre de Jean-Pierre Defour, suivie de son remplacement par Cathy Carvalho.

Par ailleurs, le service Communication fonctionne actuellement avec un effectif inférieur à deux équivalents temps plein, sans renfort depuis plusieurs saisons, dans un contexte caractérisé par une augmentation continue des projets et des sollicitations.

2. Rôle et positionnement du service Communication

Le service Communication a pour missions principales :

- d'accompagner les **commissions et services** dans la visibilité de leurs actions,
- de garantir la **cohérence et l'image institutionnelle** de la Ligue,
- de promouvoir le **handball régional, ses pratiques, ses événements et ses acteurs**,
- de développer la **notoriété de la Ligue AURA** auprès des licenciés, clubs, institutions, partenaires et du grand public.

Il intervient sur trois types de communication :

- **Communication interne** (salariés, élus, clubs),
- **Communication institutionnelle**,
- **Communication externe** (événementielle, grand public, médias).

3. Projets et actions menés sur la saison

Projets structurants de la Cellule Communication

- **Charte graphique**
Mise en place progressive d'une nouvelle charte graphique pour les réseaux sociaux et outils internes dans un objectif de modernisation et d'harmonisation de l'image.





- **Rencontres avec les commissions et services**
Démarche engagée depuis décembre afin de mieux identifier les besoins, anticiper les actions de communication et renforcer le fonctionnement transversal.
- **Structuration du service Communication**
Réflexion engagée sur le renforcement des ressources humaines (stagiaire, alternant·e, ou autre dispositif), afin de répondre à l'augmentation des besoins et accompagner l'évolution de la Ligue.

Accompagnement de projets portés par les commissions et services

Le service Communication a accompagné ou accompagne notamment :

- La communication autour des commissions et services (**PPF, COC, Beach Handball**, etc..)
- Le suivi des formations **ITFE** avec notamment un guide des formations, un espace dédié sur le site internet et des newsletters spécifiques
- La mise en forme d'une **Newsletter « Inside Arbitrage »** depuis janvier
- La refonte ou l'aménagement de pages du site internet (Éthique et Intégrité, Service Civique, Conseil des Jeunes Dirigeants...)
- La création de contenus éditoriaux et graphiques pour le service Performance Sociale : le challenge « Le hand à portée de main », « Les mois en AURA », le Conseil des Jeunes Dirigeants...
- La mise en œuvre du plan de communication des stages vacances (lancement des inscriptions, recrutement des ressources humaines, actions de promotion...)
- La conception de teaser vidéos pour différents projets (Pôles Espoirs Féminin et Masculins, sélections féminines et masculines de la Ligue, stages vacances, regroupement des référents égalités, Tournoi des Pôles, Challenge Hand à 4...)
- Le déploiement de nouveaux visuels en lien avec le PPF (sélections de la Ligue / Pôles Espoirs / Équipes de France Jeunes)





- L'élaboration d'un visuel pour un t-shirt protocolaire porté par les joueuses et les joueurs du Parcours de Performance Fédéral lors des déplacements pour les compétitions fédérales et pour des roll-up.



- Le lancement d'un **podcast « Hand'Cast »** : le projet a vu le jour à l'occasion du Mois de l'Égalité. Il s'inscrit dans la volonté de la Ligue de moderniser ses outils de communication et de proposer des formats éditoriaux mettant en lumière les valeurs, les acteurs et les thématiques sociétales du handball en AURA.
- Les **Finalités sportives** (organisation et communication),
- La formalisation de l'**organigramme**
- L'**Assemblée Générale**

À cela s'ajoutent de nombreuses **réponses à des sollicitations ponctuelles** et des missions annexes liées aux fiches de poste.



4 . Communication événementielle

Le service Communication assure la **promotion, la valorisation et la couverture des événements portés par la Ligue**, avant, pendant et après leur déroulement.

Ces missions comprennent notamment la production de contenus (rédactionnel, déclinaisons graphiques, vidéo...), les **relais digitaux et lives**, ainsi qu'un **appui logistique ponctuel** en soutien à l'organisation.

Dans ce cadre, plusieurs événements organisés sur le **territoire Auvergne-Rhône-Alpes** ont bénéficié d'une couverture communication dédiée, parmi lesquels :

- 25 au 27 novembre (Chambéry) : Tournoi des 4 Pôles
- 11 et 12 avril : Finalités Championnat de France de Hand'fauteuil à 6 à Arnas (organisation FFHandball)
- 25 et 26 avril : Rencontres Régionales Hand'Ensemble
- 23 et 24 mai : Beach Hand Tour national à Vesseaux
- 13 et 14 juin : Finalités Jeunes AURA
- 2-4 juillet : EuroHand4All : tournoi international de hand'Fauteuil avec l'EDF

Les **lives (YouTube ou Handball TV)** permettent un suivi en temps réel à distance, renforcé la visibilité des actions de la Ligue et offert des opportunités de valorisation des partenaires. Le service Communication œuvre chaque saison à en améliorer la qualité.

Par ailleurs, le service Communication assure également un **relais et des actions de communication** sur des événements se déroulant hors territoire régional, dès lors que des **équipes ou sélections AURA** y participent, notamment :

- 30 janvier au 3 février (Besançon) : Interpôles féminins
- 3 au 8 mars (Nantes) : Interpôles masculins
- 13 au 15 mars (Tournefeuille) : Interligues féminins
- 27 avril au 1er mai (Saint-Dié-des-Vosges) : Interligues masculins

D'autres événements en lien avec le territoire sont couverts sous forme publications ou relais de publications (coupe de France, Intercomités / Trophée Michel Barbot, etc).

Il est fortement recommandé que la cellule Communication soit associée **dès la genèse des nouveaux projets événementiels**, afin d'anticiper les enjeux de visibilité et de cohérence.



5 . Les outils et chiffres au service de la Comm'

Le service Communication s'appuie sur un ensemble d'**outils digitaux et supports graphiques** pour assurer la visibilité des actions de la Ligue et de ses acteurs.

Les **outils digitaux** mobilisés sont :

- le **site internet** de la Ligue : www.aura-handball.fr (48 000 visiteurs, 181 000 visites, pages les plus consultées : pôles espoirs, résultats et classements)



- les **réseaux sociaux**
 - **Instagram** (@aurahandball) > 8857 followers (+ 1200 en un an)
 - **Facebook** (Ligue Auvergne Rhône-Alpes Handball) > 8428 followers (+ 600 en un an)
 - **LinkedIn** (Ligue Auvergne Rhône-Alpes Handball) > 1443 contacts (+ 100 en un an > peu de temps à consacrer à son développement à ce jour)
- le **podcast Handcast** ; deux épisodes ont été publiés, avec deux autres programmés d'ici la fin de saison (sur Spotify, Deezer, Apple podcast, Youtube)
- la **chaine YouTube** (<https://www.youtube.com/@ligueaurahandball>) pour les lives et webinaires. A ce jour près de **25 000 vues**, avec environ **80 matchs retransmis** sur **5 compétitions** au cours de la saison.

Au total, **plus de 400 actions de communication** ont été réalisées (articles, posts réseaux sociaux, créations graphiques, communiqués et dossiers de presse, photos, teasers, etc.).

Ces outils constituent un levier essentiel pour structurer, valoriser et diffuser les actions de la Ligue à l'échelle territoriale et nationale.

6 . Perspectives et projets à venir

Projets structurants

- formation continue des salariés
- développement des **contenus vidéo**
- relance d'une **newsletter institutionnelle Ligue**
- déploiement de supports de communication (roll-up, X-banners)
- maillage territorial avec des **référénts communication clubs/comités**

Stratégie & objectifs

Les priorités stratégiques portent sur :

- la valorisation des clubs, comités et de leurs acteurs,
- la promotion des pratiques et la fidélisation des licenciés,
- la mise en avant du haut niveau,
- la modernisation de l'image (charte, podcast, vidéos « marque AURA »),
- le renforcement de la notoriété et des relations médias.

7 . Fonctionnement et enjeux identifiés

- La **diversité** des demandes, qu'elles soient liées à l'événementiel ou aux projets portés par les services, rend **l'anticipation** de la charge de travail particulièrement complexe
- Besoin d'un **plan de charge partagé** et d'une meilleure anticipation.
- Enjeu fort de **renforcement des moyens humains** pour permettre au service Communication d'accompagner durablement le développement de la Ligue.



8. Conclusion

Le service Communication occupe une place centrale dans le **développement de la visibilité, de la cohérence et de l'attractivité** de la Ligue AURA Handball.

La saison écoulée met en lumière à la fois **l'engagement constant du service** et la richesse des projets conduits. Elle souligne également la nécessité de poursuivre la **structuration du service** afin de répondre pleinement aux ambitions de la Ligue et d'accompagner efficacement ses évolutions à venir.

Le service tient à dire un grand merci à l'ensemble des membres de la commission ainsi que les **bénévoles**, en particulier ceux mobilisés sur les dispositifs de diffusion en direct, pour leur contribution essentielle à la mise en œuvre de ces actions.

Sophie ARDAIN & Fanny LARMANDE, salariées

Cathy CARVAHLO, présidente de la Commission