



FFvolley

RECOMMANDATIONS - STRATEGIE MARKETING FFVOLLEY 2021-2024

Par Jean-Pierre FEUILLAN

Au 12 octobre 2021

Ma mission:

Phase 1: audit du fonctionnement et de la stratégie marketing

Phase 2: étude des droits susceptibles d'alimenter l'offre partenaires

Phase 3: élaboration du nouveau dispositif commercial

Phase 4: création des nouveaux supports de vente pour les partenaires

Phase 5: commercialisation de la nouvelle offre

SYNTHESE DE L'ECO-SYSTÈME FEDERAL: constat

- **Vingt équipes de France**
- **Quatre pôles: volley, beach, para-volley, volley santé**
- **Trois disciplines olympiques: volley, beach, volley assis**
- **Des pratiques adaptées: volley santé, volley loisir, volley à l'école, volley solidaire et citoyen**
- **Une ligue professionnelle F et M**
- **Des championnats nationaux, régionaux et départementaux en jeunes et en adultes**
- **Une coupe de France professionnelle et une coupe de France amateur**
- **Des tournois de détection**
- **18 ligues régionales, 86 Comités départementaux, 1253 clubs, 150 000 licenciés (50/50 F et M)**
- **Des valeurs: partage, solidarité, mixité, engagement, proximité, respect ...**
- **Des compétitions internationales de volley: CM, CE, VNL ou GL, JO**
- **Des compétitions internationales de beach: CM, CE, WT**
- **Un palmarès en séniors et en jeunes**

SYNTHESE DE L'ECO-SYSTEME FEDERAL: constat

PARTENAIRES FFVOLLEYBALL SAISON 20-21

PARTENAIRE MAJEUR



PARTENAIRES OFFICIELS



FOURNISSEURS OFFICIELS



PARTENAIRES MÉDIAS



PARTENAIRES / FOURNISSEURS CLASSIQUES



SYNTHESE DE L'ECO-SYSTÈME FEDERAL: constat

DES CONTRATS QUI ARRIVENT A ECHEANCE FIN 2021

PARTENAIRES	RANG	2020	2021	2022	2023	2024
MAIF	Partenaire Majeur	cash 250 k€	cash 325 k€	cash 325 k€	cash 325 k€	cash 325 k€
ERREA	Partenaire Officiel	cash 20 k€ + 20 k€ EM - achat FFVB 300k€ + PR + 8% R	cash 20 k€ + 20 k€ EM - achat FFVB 300k€ + PR + 8% R	AO en cours		
CREDIT MUTUEL	Partenaire Officiel	cash 50 k€	cash 50 k€	Prospection en cours		
HERBALIFE	Partenaire Officiel	cash 50 Ke + EM 50 K€	cash 50 Ke + EM 50 K€			
SHILTON	Fournisseur Officiel	EM 43 K€ - achat FFVB 19 K€	EM 43 K€ - achat FFVB 19 K€	EM 43 K€ - achat FFVB 19 K€		
DECATHLON ALL SIX	Fournisseur Officiel	cash 5 K€ + 68,25k€ - achat FFVB 68,25 K€	Pas de renouvellement			
MIKASA	Fournisseur Officiel	cash 22 k€ + EM 30 K€	cash 50 k€ + 7 k€ + EM 30 K€	cash 50 k€ + 7 k€ + EM 30 K€	cash 50 k€ + 7 k€ + EM 30 K€	cash 50 k€ + 7 k€ + EM 30 K€
GERFLOR	Fournisseur Officiel	EM 106 K€ - achat FFVB 54 K€	EM 106 K€ - achat FFVB 54 K€	EM 106 K€ - achat FFVB 54 K€	EM 106 K€ - achat FFVB 54 K€	EM 106 K€ - achat FFVB 54 K€
LEQUIPE	Partenaire Média	cash 60 k€ + EM 158,5 k€	En négó			
SPORT EN France	Partenaire Média	Pas de contrat				
FAN AVENUE	Partenaire/Fournisseur Classique	6 à 70% de royalties	6 à 70% de royalties	6 à 70% de royalties	6 à 70% de royalties	6 à 70% de royalties
SWISHLIVE	Partenaire/Fournisseur Classique	15% de royalties	15% de royalties			
LNF	Partenaire/Fournisseur Classique	15% de royalties	15% de royalties			
INITIATIVES	Partenaire/Fournisseur Classique	cash 1,5 K€ + 2% de royalties	cash 1,5 K€ + 2% de royalties	cash 1,5 K€ + 2% de royalties		

POINTS POSITIFS

- **Labels statutaires**
- **Accès à l'image collective des EdFs**
- **Exclusivité sectorielle pour les partenaires**
- **Utilisation des logos officiels**
- **La visibilité maillot d'équipes nationales**
- **La visibilité du LED en indoor**
- **La visibilité des floors stickers en indoor**
- **Annonces sonores**
- **Ecran géant (quand il existe)**
- **Panneaux d'interviews**
- **Une base de données de licences**
- **Un site internet**
- **Présence sur les RS**
- **Une présence garantie sur tous les supports**
- **Intégration du logo à toutes les campagnes de communication fédérale**
- **MàD de places VIP et sèches pour les partenaires**
- **Deux compétitions internationales par an**
- **Volley outdoor et indoor complémentaires**
- **Externalisation produits dérivés**

SYNTHESE DE L'ECO-SYSTEME FEDERAL: mon analyse

POINTS NEGATIFS

- Pas ou peu de droits exploités hors EdFs A
- Pas ou peu de droits exploités en beach
- Pas ou peu de droits exploités en volley adapté (assis et sourd)
- Pas de possibilité pour les partenaires d'utiliser/exploiter les trophées
- Une BDD photos devant être améliorée
- Une BDD vidéos devant être améliorée
- Utilisation régulière des mêmes joueurs
- Absence de bloc marque pour les partenaires
- Aucune visibilité sur les tenues hors maillot
- Des obligations FIVB qui n'optimisent pas la présence des partenaires sur les textiles
- Des frais à verser à la CEV et/ou à la FIVB non pris en compte dans les offres
- Des emplacements réduits en taille
- Pas d'exploitation tenue de beach
- Pas d'exploitation tenue volley adapté (assis et sourd)
- Une visibilité qui diffère selon les évènements
- Des temps de passage de LED difficiles à définir
- Pas de visibilité au sol pour Partenaires Majeurs
- Pas de visibilité exploitée en beach et en volley adapté
- Absence de certains partenaires sur panneaux interviews
- Absence écran géant dans certaines salles
- Pas de naming
- Absence de bus officiel (visibilité partenaires)
- Une communication à développer avec les partenaires: activation digitale
- Une communauté Volley à développer: stratégie de marque, CRM
- Pas de bannière publicitaire contractuelle sur le site internet FFVOLLEY
- Pas ou peu de emailing partenaires
- Pas de visibilité sur la licence et courrier accompagnement
- Pas la même visibilité pour un même rang partenaire
- Pas de plan média intégré dans les offres partenaires
- Pas d'études de valorisation média pour les partenaires
- Pas d'étude de notoriété
- Pas de diffuseur TV officiel
- Pas de diffuseur Radio officielle
- Une qualité de services VIP non homogène selon l'organisateur de l'évènement
- Pas d'accès à la billetterie payante pour les partenaires
- Pas de places contractuelles pour les évènements internationaux
- Des déplacements VIP limités lors des compétitions internationales
- Absence de CRM
- Pas de club des partenaires
- Pas d'évènement hors matchs de préparation
- Pas d'évènement EdFs en dehors de la période mai à début septembre
- Manque de visibilité sur calendrier EdFs
- Absence de workshops partenaires
- Absence d'un évènement d'envergure sur Paris
- Faible choix de produits dérivés (externalisation au 01-01-21)
- Absence de programme merchandising (en cours de construction)
- Pas assez de maillots dédiés offerts aux partenaires
- Pas de ballons dédiés offerts aux partenaires
- Pas de supporter/partenaires de stratégie

SYNTHESE DE L'ECO-SYSTÈME FEDERAL: mon analyse

DES FORCES:

- Un sport qui véhicule une très bonne image et des valeurs
- Un sport Champion Olympique
- Deux compétitions internationales par an et par genre
- Une EdF M de volley performante
- Volley outdoor et indoor complémentaires
- « l'héritage » du Championnat d'Europe 2019

DES FAIBLESSES:

- Des joueurs stars évoluant à l'étranger
- Non maîtrise de l'organisation des événements en France
- Calendrier sportif EdFs difficilement compréhensible
- Une notoriété concentrée sur un ou deux joueurs
- Une EdF AF pas encore suffisamment performante
- De nombreux droits non intégrés dans les offres
- Une visibilité terrain qui diffère selon les compétitions
- Pas de contrat diffuseur TV officiel
- Pas de contrat diffuseur Radio officielle
- Pas de BDD vidéos de qualité
- Des contrats de partenariats qui coûtent parfois cher
- Absence de CRM
- Un site internet vieillissant
- Absence d'un événement annuel majeur sur Paris

SYNTHESE DE L'ECO-SYSTÈME FEDERAL: mon analyse

DES OPORTUNITES:

- Possibilité de candidater a un ou des événements internationaux
- Des EdFs jeunes prometteuses
- Développement du Beach
- JO Paris 2024
- Des échéances contractuelles sponsors proches

DES MENACES:

- Une base de licenciés qui stagne
- Faible visibilité sur les RS
- Une stratégie digitale en retard par rapport aux sports concurrents
- Ultra dépendance aux résultats sportifs des EdFs
- Un manque de ressources humaines en interne entre autre sur le marketing et la communication

UNE CONCLUSION :

Une offre marketing incomplète et un niveau de servicing insuffisant qui nécessite une remise à niveau de l'offre marketing pour proposer aux partenaires un produit moderne véhiculant une image d'excellence.

Cette remise à niveau devra également s'accompagner d'une amélioration des moyens alloués au marketing et à la communication

POUR CONSTRUIRE ET PROPOSER UNE NOUVELLE OFFRE MARKETING LISIBLE ET COHERENTE, LA FFVOLLEY SE DOIT DE MAITRISER SES PRODUITS A TRAVERS QUATRE AXES:

- ❖ L'harmonisation et la consolidation de ses offres sponsorings
- ❖ La montée en puissance des offres et services digitaux
- ❖ La gestion complète de ses événements
- ❖ La mise en place d'un CRM

MA VISION DE LA NOUVELLE OFFRE MARKETING FFVOLLEY

POUR HARMONISER ET CONSOLIDER SES OFFRES SPONSORINGS, LA FFVOLLEY SE DOIT :

- de simplifier l'offre et la pyramide commerciale
- d'harmoniser les supports de visibilité terrain et textile
- d'acquérir des droits marketing hors prisme fédéral pour compléter ses offres
- de mieux optimiser les temps dédiés aux partenaires lors des rassemblements EdFs
- de créer des events partenaires

POUR MONTER EN PUISSANCE LES OFFRES ET SERVICES DIGITAUX :

- refonte du site internet
- activer les RS

LA GESTION COMPLETE DES EVENEMENTS :

- gestion directe par la FFVOLLEY (avec accompagnement local) pour fournir un même décor et un même spectacle quelque soit le lieu de l'évènement

LA MISE EN PLACE D'UN CRM :

- activer les différents levier commerciaux pour générer des ressources financières

12/20/2021

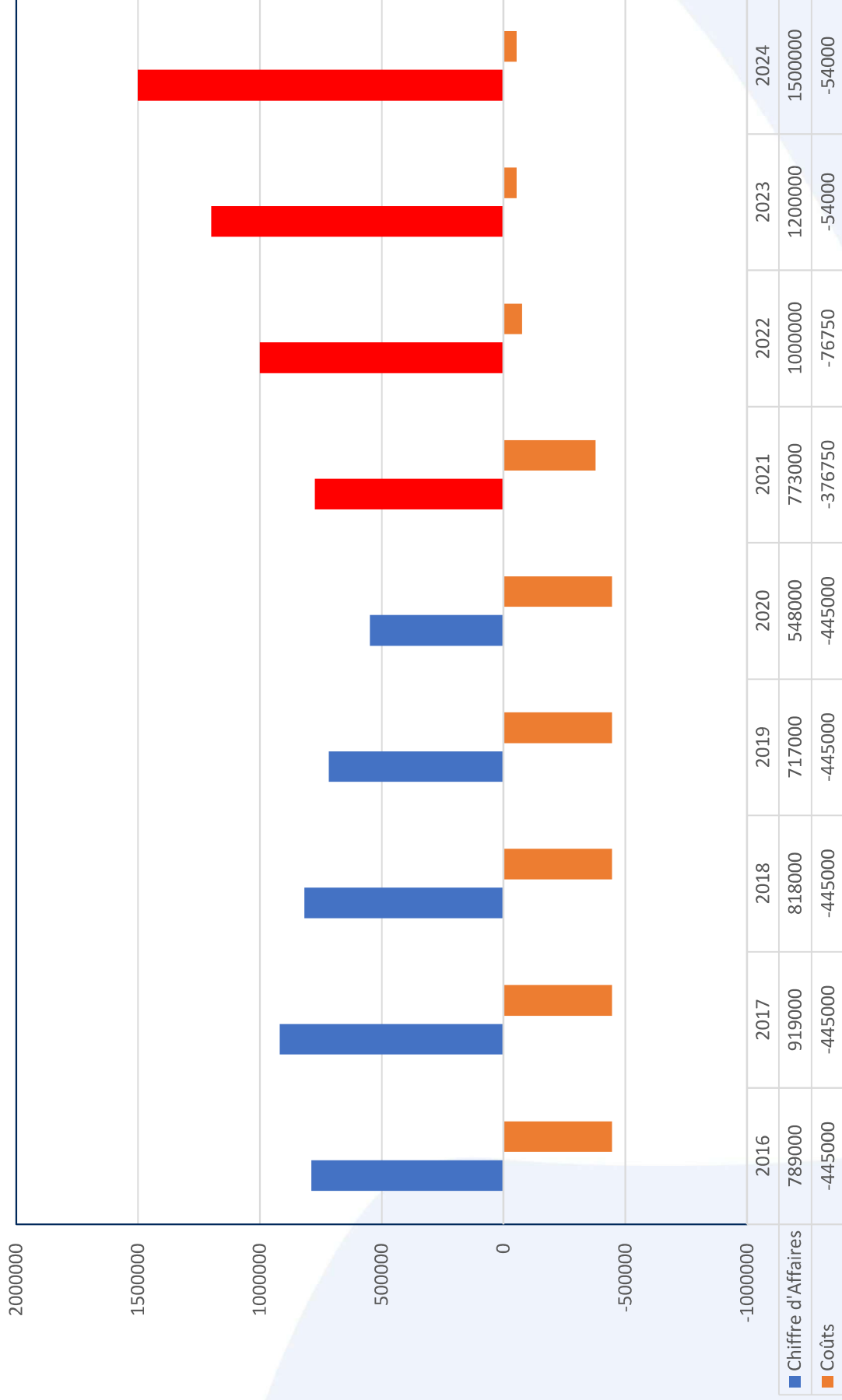
JP FEUILLAN

MA VISION DE LA NOUVELLE OFFRE MARKETING FFFVOLLEY PYRAMIDE DES PARTENAIRES FUTURS 2022-2024



EVOLUTION CA MARKETING FFVOLLEY

Evolution CA marketing FFVB



PROCHAINES ETAPES

- Présentation de l'audit marketing et validation de la nouvelle stratégie marketing
- Listing et mise à jour des supports fédéraux impactés par la nouvelle offre (en cours)
- AO équipementier (fait) contrat ERREA 2022-2025 (en cours)
- Avenant contrat MAIF pour 2021-2024 (en cours)
- Avenant contrat Crédit Mutuel pour 2022-2024 (négo en cours)
- Contrat Mikasa pour 2021-2024 (en cours)
- Formatage des offres commerciales (fait)
- Package épaulement EdFs pour prospection (fait)
- Contrat HERBALIFE 2022-2024
- Package short EdFs (fait) pour prospection (en cours)
- Conception d'un plan de communication pluri-media: print, digital, TV, radio
- Création des trames contractuelles (en cours)
- Rencontrer les diffuseurs TV (en cours)
- Audit communication (fait)
- Audit Événementiel (fait)
- Refonte site internet
- Conception club partenaires
- Refonte des BDD photos et vidéos
- Renforcer les services marketing et communication
- Package tenue arbitre (en cours)
- Mettre en place un CRM (en cours)
- Organisation des temps de rassemblement EdFs pour besoin marketing
- Prévoir équipe de tournage pour suivre EdFs lors des rassemblements
- Créer une offre partenaires pour les licenciés
- Package tenue de ville
- Package transporteur (bus)
- Package transporteur (avion)
- Package transporteur (voiture)
- Package accompagnement scolaire pour les EdFs jeunes et les pôles
- Package hôtellerie
- Package Radio
- Package print, digital
- Développer des offres commerciales autres que EdFs
- Créer un événement majeur annuel sur Paris
- Projet club supporters
- Charte de l'international
- Développer le Mécénat