

**COMMISSION COMMUNICATION DE LA FFS**  
**RAPPORT DE L'ANALYSE EFFECTUÉE**  
**PAR LE BINOME HÉLÈNE DESSON/DANIEL FROMENTIN**  
**SUR LA PÉRIODE ALLANT JUSQU'À MARS 2022**

**Document rédigé le 06/03/2023** par Daniel Fromentin – président par intérim de la commission communication de la FFS.

**Nota préliminaire** : TOUS les documents présentés dans ce rapport sont des documents de travail qui ont été systématiquement (et au fur et à mesure de l'avancement des travaux effectués), archivés dans le « DRIVE » du CA de la FFS. Ils ont donc pu être lus et analysés voire commentés autant que nécessaire, par les membres du CA. Certains de ces documents ont aussi été présentés lors de diverses réunions de CA.

## **I - Rappel du contexte du déroulement de cette analyse**

En 2020, après élection du CA de la FFS, Daniel Fromentin a pris la présidence « par intérim » de la commission communication de la FFS. Il a été ensuite rejoint par Hélène Desson. Ils ont, à eux deux, été, pendant une période, le binôme de la commission. C'est en octobre 2022 qu'Hélène Desson a donné sa démission du CA de la FFS ainsi que de toutes les activités et responsabilités qu'elle exerçait. C'est lors du CA FFS du 20 février 2023 que le CA a pris acte de cette démission. Lors de ce CA, aucune candidature n'ayant été reçue, le président par intérim reste seul. C'est d'ailleurs le cas depuis septembre 2022.

Dès le mois de mars 2022, Hélène Desson tout comme Daniel Fromentin ont ressenti la nécessité d'interrompre (à l'époque, momentanément, l'objectif étant de redémarrer en septembre 2022) l'analyse en cours. Ceci afin de pouvoir, l'un comme l'autre, s'investir dans la préparation ET la réalisation du congrès UIS (Hélène Desson en tant que responsable des bénévoles du congrès et Daniel Fromentin en tant que trésorier du congrès).

De ce fait, pratiquement tous les documents et travaux sont restés en l'état, tels qu'ils étaient en mars 2022, à l'exception de quelques modifications et compléments réalisés sur avril et mai 2022.

Bien évidemment tout ceci serait à reprendre et compléter, moyennant la reconstitution d'un nouveau binôme et la participation d'autres personnes à ce travail.

A l'heure actuelle, la commission communication de la FFS n'a pas de véritable « consistance » et la communication fédérale reste l'apanage du bureau et des salariés.

## **II – Principaux résultats de cette analyse**

### **1 – Préaliminaire en 2020**

Dès le 13 septembre 2020, Daniel Fromentin présentait, en CA, le document intitulé « Stratégie de communication fédérale »

Ce premier document est resté en l'état jusqu'à la réunion qui a eu lieu un an plus tard.

## **2 – Réunion du 14 septembre 2021**

Afin de tenter de faire un premier point avec les personnes « réputées » correspondantes communication vis-à-vis du siège FFS, une réunion a été organisée le 14 septembre 2021. Elle avait pour ordre du jour :

- 1 – Etat des lieux de la communication fédérale actuelle et de son fonctionnement
- 2 – Nouveau site internet fédéral et sites structures
- 3 – Détection, transfert et diffusion des informations (du niveau national au niveau local et inversement) «Circularisation » ?
- 4 – Recueil et diffusion des informations des commissions, écoles 3
- 5 – Marketing digital (Réseaux sociaux, campagnes digitales, contenu)
- 6 - Budget 2022 pour la commission et pour la communication FFS

Voici une [visualisation de ce CR](#)

## **3 – Lettre de mission de la commission communication**

En janvier 2022, à la demande personnelle d'Hélène Desson et à partir des éléments qu'elle a fournis aux membres du CA en charge de rédiger cette lettre (éléments issus des travaux menés par elle et par D. Fromentin), le CA de la FFS a émis une lettre de mission.

Cette lettre de mission reprenait, entre autres, la nécessité d'effectuer un diagnostic permettant de définir des axes stratégiques et de mettre en relation les résultats de ce diagnostic et le projet fédéral. Le CA de la FFS devait valider cette mise en perspective du projet fédéral par rapport aux résultats du diagnostic.

Les principaux éléments de cette lettre de mission sont les suivants :

- Effectuer le recensement et le diagnostic des outils de communication
- Proposer les axes stratégiques de développement et les actions
- Évaluer les priorités de chaque axe et actions à mettre en oeuvre.
- Formaliser et faire valider par le CA et au plus tard le 13 mars 2022, le Plan de Communication de la commission.

**On constatera que le délai de mars 2022 était totalement irréaliste...**

Par ailleurs, cette lettre de mission demandait aussi, entre autres de :

- Développer, moderniser et harmoniser les outils de communication
- Développer le rayonnement externe de la Fédération
  
- Valoriser en interne les offres fédérales et les actions des structures déconcentrées
- Améliorer les services auprès des fédérés et des partenaires

Voici l'intégralité de cette [lettre de mission](#)

#### **4 – Objectifs pour la commission communication**

Malgré la difficulté de répondre aux demandes de cette lettre de mission, les deux membres du binôme de la commission ont établi un tableur intitulé « Quels objectifs pour la communication sur la mandature 2021-2025 ? » et détaillant les points suivants :

Développer, moderniser et harmoniser les outils de communication

- Développer le rayonnement externe de la Fédération
- Valoriser en interne les offres fédérales et les actions des structures déconcentrées
- Améliorer les services auprès des fédérés et des partenaires
- Eléments non cités dans le projet fédéral et apparus dans l'audit

Dans ce même tableur sont définies des propositions de priorités selon les cotations suivantes

- 0 = action en cours ou finie
- 1 = impératif
- 2 = secondaire
- 3 = si possible

Et toutes ces priorités sont traitées sur les années 2021 à 2025. La répartition sur les années n'a pas été définie.

De plus, il était prévu de définir des coûts par années (2021 à 2025) pour toutes les actions définies dans le tableur.

Dans ce document une visualisation de [l'intégralité de ce tableur](#).

#### **III - Proposition de « conclusion provisoire »**

On aura compris, à la lecture de ce document, que la phase strictement opérationnelle de l'analyse s'est déroulée sur une période d'environ 6 mois.

Ce qui n'a pas permis de lui donner toute l'ampleur nécessaire.

Ainsi, ci-dessous, en annexe, figure un formulaire qui a été utilisé pour des envois par mails ainsi que pour des entretiens téléphoniques.

Malgré plus d'une centaine de mails et environ 25 entretiens téléphoniques, il n'a pas été possible de tirer une véritable conclusion, même si certaines analyses qualitatives et quantitatives (non détaillées et non présentée dans ce rapport) ont été réalisées.

Il est absolument nécessaire de reprendre les enquêtes (mails et entretiens téléphoniques) afin d'obtenir un nombre de réponses au moins égal à 150 (pour des raisons de « solidité » statistique d'échantillon).

Une première approche a été faite, des « résultats » partiels ont été obtenus.

Un gros travail de terrain, est encore à produire à la condition qu'un nouveau binôme soit mis en place et accompagné par plusieurs volontaires.

#### **IV – Annexe « outil d'enquête »**

Les outils employés lors de cette mission :

Afin de faciliter les travaux d'analyse de la situation de la communication au sein de la FFS, un formulaire de type « GOOGLE FORMS » a été établi. Ce type de formulaire permet d'envoyer par mail un questionnaire qui est ensuite directement récupéré par l'expéditeur (une fois rempli) avec compilation de ses résultats.

[Voici une visualisation de ce formulaire.](#)