

LICENCE PROFESSIONNELLE « Manager & Entraîneur »

Finale du championnat du monde d'enduro 2006 : Création d'un outil de communication

Moto Club de BOUSSAC (23)

Mémoire de stage *MANAGER*

Présenté par : COUTAUD Sébastien

Sous la Direction de : Mr COUDERT Gérard, Directeur du Centre de Droit et d'Economie du Sport à Limoges, et enseignant à la Faculté des Sciences et Techniques de L'Université de Limoges

Tuteur professionnel: Mr FORICHON Denis, Président du Moto Club Boussaquin



DIAGNOSTIC

ANALYSE des FORCES & des FAIBLESSES

CREATION d'un OUTIL de COMMUNICATION

PROPOSITION de DEVELOPPEMENT

Sommaire

Introduction.....	page 1
1. PRESENTATION.....	page 2
1.1. <u>Présentation de l'association</u>.....	page 2
1.2. <u>Présentation de la discipline</u>.....	page 3
1.3. <u>Présentation de la Fédération Française de Motocyclisme</u>.....	page 6
1.4. <u>Présentation de la manifestation</u>.....	page 7
2. DIAGNOSTIC.....	page 9
2.1. <u>Diagnostic interne</u>.....	page 9
i. <u>Organisation technique</u>	page 9
ii. <u>Organisation sportive</u>	page 9
iii. <u>Ressource humaine et savoir-faire</u>	page 10
iv. <u>Organisation commerciale</u>	page 10
v. <u>Organisation juridique et administrative</u>	page 11
vi. <u>Organisation Financière</u>	page 12
vii. <u>Forces et faiblesses</u>	page 12
2.2. <u>Diagnostic Externe</u>.....	page 14
i. <u>Situation géographique</u>	page 14
ii. <u>Contexte socioculturel</u>	page 16
iii. <u>Contexte socio-économique</u>	page 18
iv. <u>Contexte politico-législatif</u>	page 20
v. <u>Concurrent et partenaire</u>	page 21
vi. <u>Le public</u>	page 22
vii. <u>Les animations</u>	page 22
viii. <u>Opportunités et menaces</u>	page 22
2.3. <u>Synthèse</u>.....	page 22
2.4. <u>Objectifs</u>.....	page 24
i. <u>Objectif n°1</u>	page 24
ii. <u>Objectif n°2</u>	page 24
3. STRATEGIE.....	page 26
3.1. <u>Rappel des partenaires actuels</u>.....	page 26
3.2. <u>Les partenaires potentiels</u>.....	page 26
3.3. <u>Moyens : le démarchage et la méthode</u>.....	page 26
i. <u>Création d'un outil de communication</u>	page 26
ii. <u>Exploitation de cet outil</u>	page 29
iii. <u>L'exploitation médiatique</u>	page 30
Conclusion.....	page 33
Bibliographie.....	page 34
Annexes.....	page 35