



Stratégie TIGRES de Nancy

Projet IUT Charlemagne

HAEHNEL Lilas

KOBES Lucie

GÉRARDIN Charline

COLLARD Virgile

REFORMULATION DU BRIEF :



L'équipe de football américain **LES TIGRES DE NANCY** ont fait appel à nous afin de gérer plusieurs missions de communication pour leur club.

Le club a été fondé en 1987 et compte plus de 450 licenciés, il fait partie des 225 club de la FFFA (fédération française de football américain) et est le seul club de football américain sur Nancy. Peu démocratisé en France, le football américain est, comme son nom l'indique, très populaire aux Etats-Unis.

Ce projet consiste à créer une nouvelle identité visuelle tout en mettant en place de nouvelles stratégies de communication pour le club.

En ce qui concerne l'identité visuelle, il nous a été demandé de :

- Créer un nouveau logo car l'ancien était non libre de droit
- Créer un masque d'affiches lors des événements (matchs à domicile, soirées spéciales, etc)
- Créer un livret de présentation
- Créer un flyer de recrutement
- Créer une carte de visite
- Créer un media guide (feuillet jours de match)
- Créer des maquettes du futur site web
- Créer de nouveaux goodies pour la boutique en ligne



Enfin, concernant la communication, les missions sont :

- Faire connaître le club ainsi que le football américain pour populariser ce sport et recruter de nouveaux licenciés**
- Trouver un système de communication entre les licenciés pour être au courant des dernières nouvelles (horaires de match, lieu de rencontre, etc)**
- Apporter quelques modifications sur les réseaux sociaux (bannière facebook, etc.)**
- Rédiger des communiqués de presse**

L'objet de ce projet est donc essentiellement de faire connaître le club tout en lui apportant une nouvelle identité visuelle.

Afin de mener au mieux ce projet, ce dernier sera divisé en trois phases distinctes : premièrement, vient la phase d'analyse, ensuite, la phase de réflexion et pour finir la phase d'action.

Après avoir effectué une réunion avec le directeur du club et reformulé le brief, nous sommes passés à la phase d'analyse.



PHASE D'ANALYSE :

Cette phase d'analyse consiste à collecter le maximum d'informations sur le club **LES TIGRES DE NANCY**. Pour cela nous avons rédigé une analyse SWOT (Forces / Faiblesses / Opportunités / Menaces).

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none">- Seule équipe de football américain à Nancy- Le club propose plusieurs activités : Foot US, Cheerleading et Flag- Le club possède un stade « fixe », il ne se déplace pas à chaque entraînement et peuvent accueillir d'autres clubs lors de rencontres- Le club possède des licenciés de tout âge (section pour les plus jeunes et section pour les plus grands avec des licenciés d'une quarantaine d'années)- Le club possède des sponsors, à savoir : LE VOYOU / une autoécole / un imprimeur- Bon résultats cette saison (3ème division – Casque d'argent)	<ul style="list-style-type: none">- Peu de communication externe- Pas de site web- De moins en moins de jeunes licenciés (départ en études)- Difficultés de communication interne
OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none">- La population de Nancy est croissante et aisée (peuvent se permettre de payer une licence pour eux ou leurs enfants)- Seulement deux équipes de foot US dans la région	<ul style="list-style-type: none">- Nombreux étudiants à Nancy qui sont susceptibles de ne pas rester longtemps du fait des études- Le Foot US est peu démocratisé en France- Licences peuvent paraître onéreuse pour certains (plus cher que du football)- Sport de contact ce qui peut rebouter certaines personnes

PHASE DE RÉFLEXION :



Cette phase de réflexion consiste à établir un diagnostic de la situation et à apporter des solutions en partant du constat effectué.

Premièrement, en ce qui concerne le positionnement (le positionnement vise à donner sa spécificité à la marque dans un univers concurrentiel donné), l'équipe est bien implanté à Nancy. Ses valeurs sont : la ténacité, la détermination et la noblesse. Le club se considère également comme étant une grande famille.

L'objectif de cette stratégie est avant tout un objectif cognitif : en effet, ce sport est peu démocratisé en France et nous devons donc faire connaître l'existence de cette équipe aux Nancéens et ceux habitant proche de Nancy. Ensuite, l'objectif deviendra affectif : il faudra faire adhérer les habitants pour pouvoir les recruter et les faire revenir aux matchs.

Il est important de déterminer sa cible, à savoir : une cible principale, un cœur de cible et une cible secondaire. Ce ciblage nous permettra d'obtenir un maximum de retour.

Cibles principales : Hommes et femmes entre 12 ans et 30 ans résidant à Nancy et alentours (meurthe et moselle) souhaitant faire un sport qui se démarque des autres.



Cœur de cible : Le cœur de cible correspond à la cible principale mais en plus poussé. Voici un persona de notre cœur de cible (le persona consiste à créer un personnage fictif nous permettant de cibler au mieux) :



Steven ROCHARD

23 ans / vendeur dans un magasin de sport / célibataire / Nancy centre

Steven est une jeune vendeur de 23 ans dans un magasin de sport au centre de Nancy. Ses journées de travaux sont longues, c'est pour cela qu'il souhaiterait s'inscrire dans un club de sport pour décompresser.

Cependant, il souhaite trouver un sport original qui se démarque des autres.

Intéressé par la culture américaine, il suit les matchs de SuperBowl (football américain = sport national des USA). Un jour, alors qu'il se rend au travail, il entend parler des TIGRES DE NANCY qui est l'équipe de football américain de Nancy.

Il décide donc de s'y inscrire et d'y performer durant plusieurs saisons.

Buts clés :

- Trouver un sport qui lui permettrait de se défouler après ses journées de travail
- Rester sur Nancy
- Découvrir de nouvelles choses en rapport avec la culture américaine

Personnalité

- S'intéresse à la culture américaine
- Hyperactif, ne reste pas en place
- A besoin de décompresser
- Se donne à fond dans tout ce qu'il entreprend

«Un esprit sain dans un corps sein»



Cibles secondaire : Journaux régionaux (Républicain Lorrain), radio (France bleu sud Lorraine), éventuels sponsors (Decathlon/ Intersport, restaurants “Américains” type Voyou, Bar/ Brasserie), assurances (en cas de blessures etc)

Ensuite, nous allons nous intéresser au message d club et plus précisément le ton, la promesse, le bénéfice, les preuves et le message résiduel : c'est la copy strategy.

TON : Proposer des sports encore peu connus en France: le football américain, le flag football et le cheerleading

PROMESSE : Sérieux mais décontracté pour garder cet esprit de famille, des équipes soudées

BÉNÉFICE : Bon classement et un esprit de famille, pratique d'un sport de contact méconnu, compétition

PREUVE : L'un des seuls club de la région à proposer ces activités sportives

MESSAGE RÉSIDUEL : Pratiquer des sports américains tout en profitant d'une ambiance familiale

Toutes ces étapes effectuées, nous pouvons dès à présent passer à la phase d'action qui consiste à réaliser et expliquer nos choix concernant les missions qui nous ont été confiées.

PHASE D'ACTION :

Logo :



LE LOGO



C : 30 %
M : 30 %
J : 30 %
N : 100 %

C : 0 %
M : 74 %
J : 98 %
N : 0 %

R : 10 %
V : 2 %
B : 3 %

R : 243 %
V : 103 %
B : 36 %

Pantone 1595 C

Police de TIGRES :

WANTED MS4 REGULAR

Police DE NANCY :

Gotham Bold



Pour la création du logo, garder la figure du tigre était important à vos yeux, nous avons donc procédé à une refonte en gardant cet élément principal.

Nous avons cependant choisi de représenter le tigre dans son intégralité pour apporter la notion de mouvement et de dynamisme.

Le club souhaite aller de l'avant et être connu, il veut évoluer et s'agrandir en recrutant de nouvelles personnes. Le tigre qui bondit vers la droite représente cette volonté d'aller de l'avant. Ce mouvement représente également la détermination et l'agressivité des joueurs sur le terrain, prêts à tout donner pour remporter la victoire.

Les griffures soutiennent cette idée d'agressivité et d'attaque.

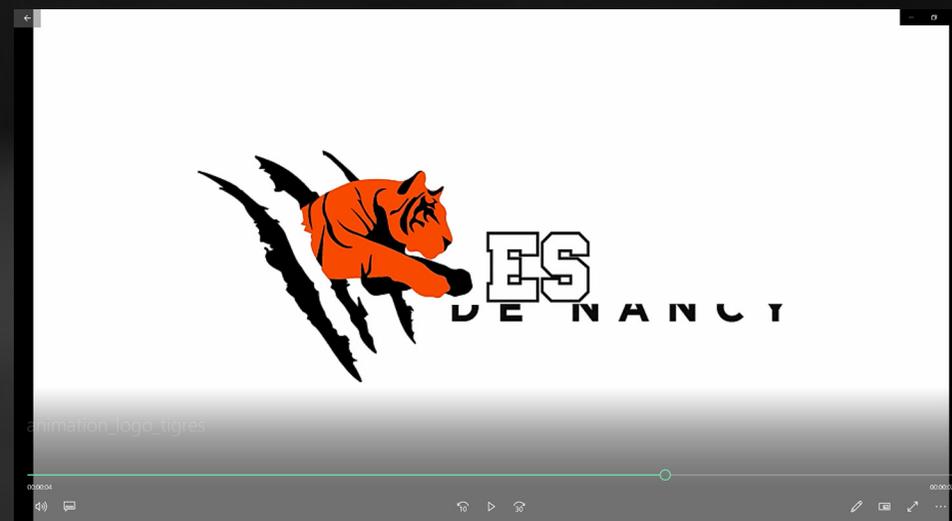
Nous avons conservé les couleurs de l'ancien logo, l'orange fonctionnant très bien avec le noir et le blanc grâce à un fort contraste. (orange = couleur criarde, agressivité, rappel couleur tigre au sens figuré)

La typographie rappelle directement la typographie classique utilisée par les clubs de football américain. Le logo est déclinable sur fond noir, en noir et blanc en cas de création d'un tampon, communiqué de presse, impression basse définition... Le niveau de gris est recommandé si l'impression se fait en noir et blanc ou en mauvaise qualité. La taille minimale préconisée est d'1 cm x 1 cm pour éviter tout soucis de lisibilité.

L'illustration peut être utilisée seule comme un symbole, une icône.



Nous vous proposons aussi le logo animé qui peut être utilisé sur les réseaux sociaux ou autre, afin de dynamiser la page et d'attirer l'attention du spectateur.





Affiches : Pour les templates d'affiches, nous avons prévu un visuel par discipline. Chaque visuel présente un joueur en pleine action. Le monochrome orange rappelle la charte graphique des tigres ainsi que le logo. Le noir et blanc fait référence aux couleurs du tigre. La typographie éclairée rappelle les lettrages typiques utilisés par les clubs de football américain, nous souhaitons que l'esprit de ce sport soit retransmis dans ce logo. Pour les dates, nous avons utilisé la Futura qui est une police essentiellement fonctionnelle. Les écussons des deux équipes figurent au bas de l'affiche, ils pourront être modifiés à chaque rencontre. Les affiches seront adaptables à chaque événement.





TIGRES DE NANCY
SAISON 2019/2020

TIGRES DE NANCY
SAISON 2019/2020

VS

DIM. 10 AVRIL 16H

Boulevard des Aigallettes
54600 Villers les Nancy

TIGRES DE NANCY
SAISON 2019/2020

TIGRES DE NANCY
SAISON 2019/2020

VS

DIM. 10 AVRIL 16H

Boulevard des Aigallettes
54600 Villers les Nancy

TIGRES DE NANCY
SAISON 2019/2020

TIGRES DE NANCY
SAISON 2019/2020

VS

DIM. 10 AVRIL 16H

Boulevard des Aigallettes
54600 Villers les Nancy

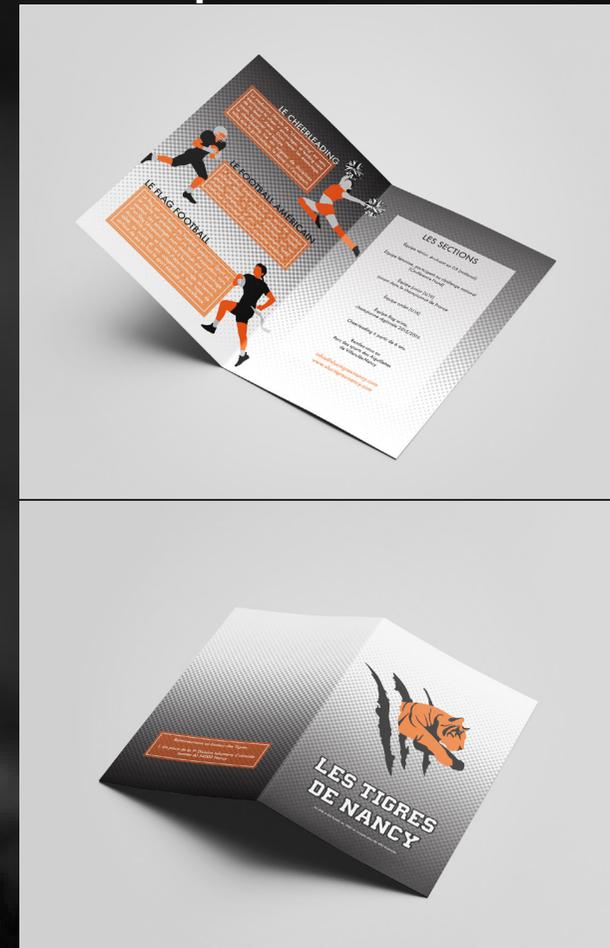


Le visuel de l'affiche pour les événements spéciaux reste assez simple et montre une personne qui tient un cocktail orange dans sa main. Le cocktail orange rappelle encore une fois la couleur du tigre et la photographie en noir et blanc suit la charte graphique. Nous avons choisi de rester en cohérence avec les affiches de match.





Livret de présentation : Le livret de présentation reprend les visuels des affiches avec les trois joueurs. Il comporte les informations nécessaires au recrutement des joueurs ainsi qu'une courte présentation de chaque sport. Le texte de labeur est en Futura, qui permet une lecture simple et claire. Ce dernier pourra être publié durant toute l'année.





Flyer recrutement : Pour accompagner la phase de recrutement, nous avons créé un flyer dédié. Ce dernier se rapproche du livret de présentation, mais il ne sera publié qu'en période de recrutement afin de toucher un maximum de personnes. Ce dernier interpelle avec la phrase «Rejoignez-nous !» au recto, et il regroupe les divers informations nécessaires aux futurs licenciés tels que les sports disponibles, les contacts, etc.



TIGRES DE NANCY

LES TIGRES DE NANCY RECRUTENT !

Vous cherchez à pratiquer un sport de contact, à vous défouler après une grosse journée, ou tout simplement à intégrer une équipe ? Les Tigres vous attendent !

Une team, trois disciplines:

- Le football Américain
Sport collectif et de contact opposant deux équipes de onze joueurs.
- Le flag-football
Sport d'opposition sans contact. Les placages sont remplacés par l'arrachage d'un flag accroché à la ceinture des joueurs.
- Le cheerleading
Les cheerleaders encouragent l'équipe qu'ils supportent. Cette activité sportive contient des figures impressionnantes ainsi qu'une chorégraphie.

N'hésitez pas plus longtemps !
Rejoignez-nous pour la saison 2020/2021 et inscrivez-vous dès maintenant !

1bis place de la 9ème Division Infanterie Coloniale 54000 Nancy

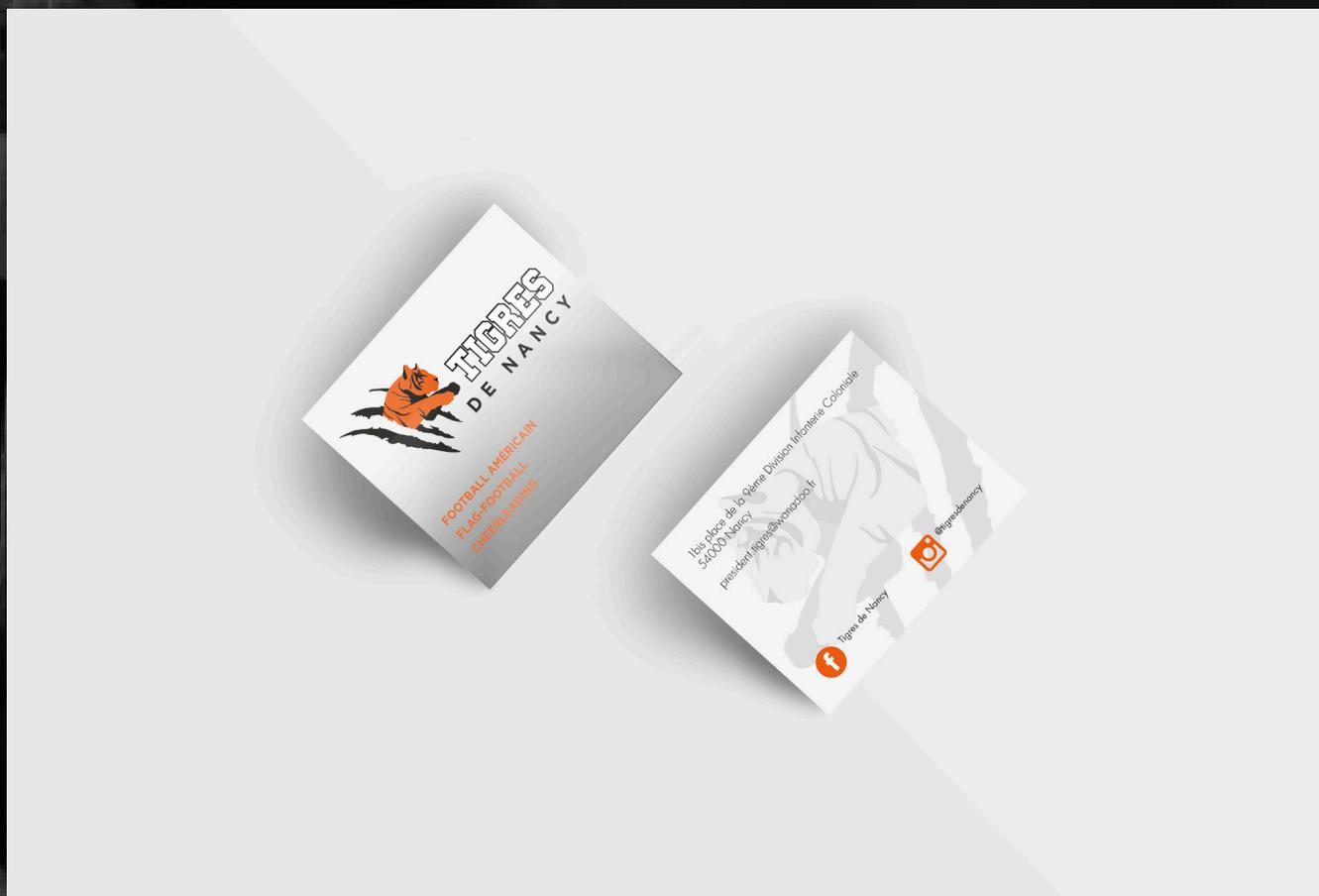
Rejoignez-nous sur les réseaux pour être au courant de toute notre actualité:

f Tigres de Nancy @tigresdenancy





Cartes de visite : La carte de visite comporte un logo et les infos primordiales, à savoir les disciplines au recto et les informations de contact au verso.





Media guide : Nous avons également effectué une refonte du feuillet de jour de match. Ce dernier est à dominante orange et comporte le nouveau logo du club en blanc afin de bien le distinguer. Dans ce dernier, vous pouvez retrouver les équipes qui s'opposent, la date ainsi que les licenciés et leurs postes accompagnés de leurs numéros de joueur.

TIGRES DE NANCY

LES TIGRES VS LES BICHES
06/08/2020

DEFENSE

- HB 32 ODIASE
- FS 29 WALL
- CB 21 BERGER
- CB 8 BENNET
- LB 36 MAYO
- SAM 24 BURNETT
- CB 25 HOUX
- LB 3 RAY
- DE 94 DEGAS
- DF 18 GOTA
- DT 90 SMITH
- DE 39 DAVIS

OFFENSE

- WR 89 WEST
- LT 65 DENNIS
- LG 60 BERH
- C 68 THORN
- RG 50 WILSON
- RT 65 FEDERKEIL
- WR 87 PARKER
- SB 78 JORDEN
- RB 33 FINCH
- QB 19 TATE
- FB 46 COTE
- SB 1 DURANT
- K 30 PARED
- P 6 MAVER
- LS 71 CARON

DEFENSE

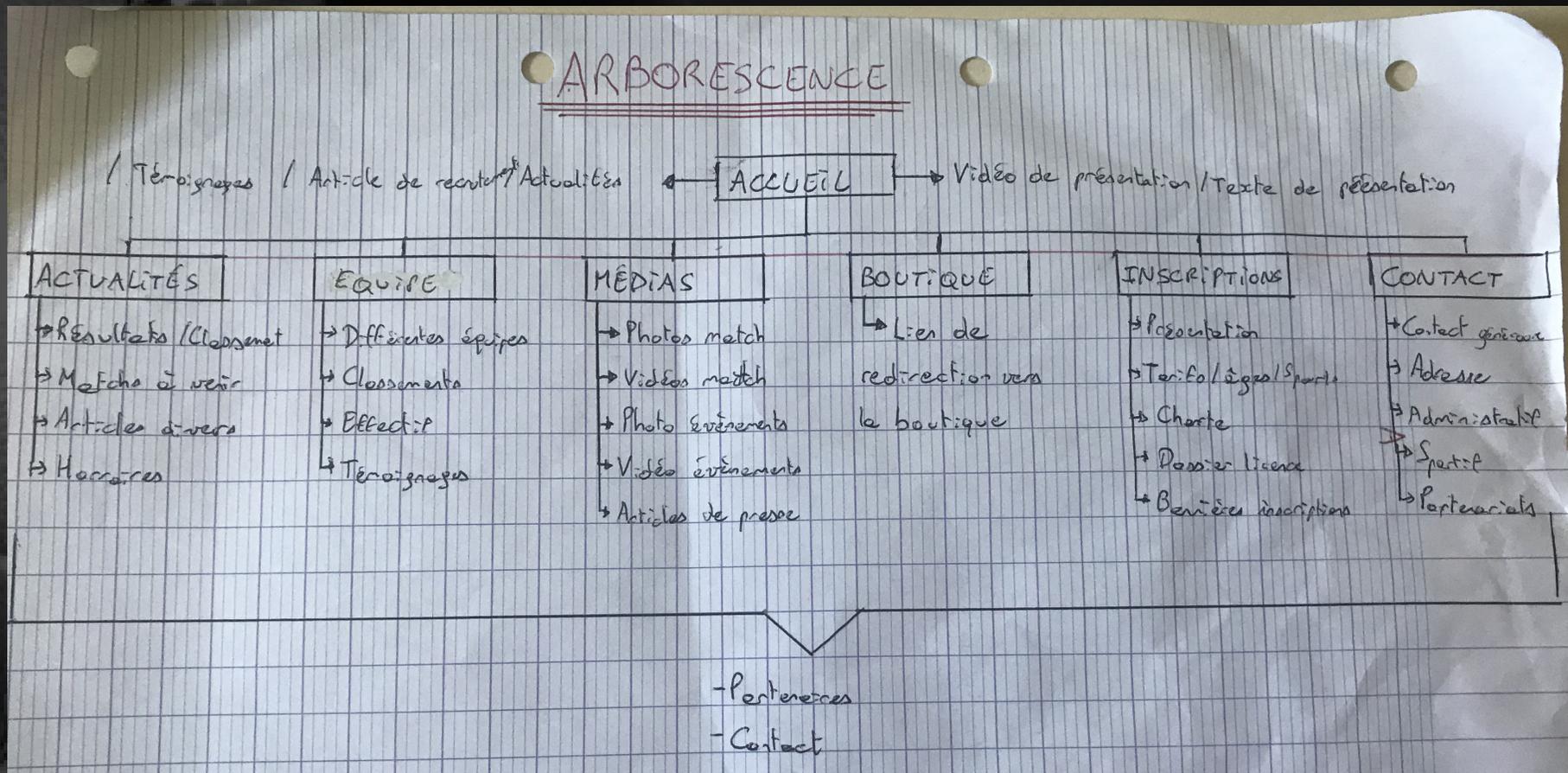
- DT defensive tackles
- DE defensive ends
- LB linebackers
- CB cornerbacks
- S safeties

OFFENSE

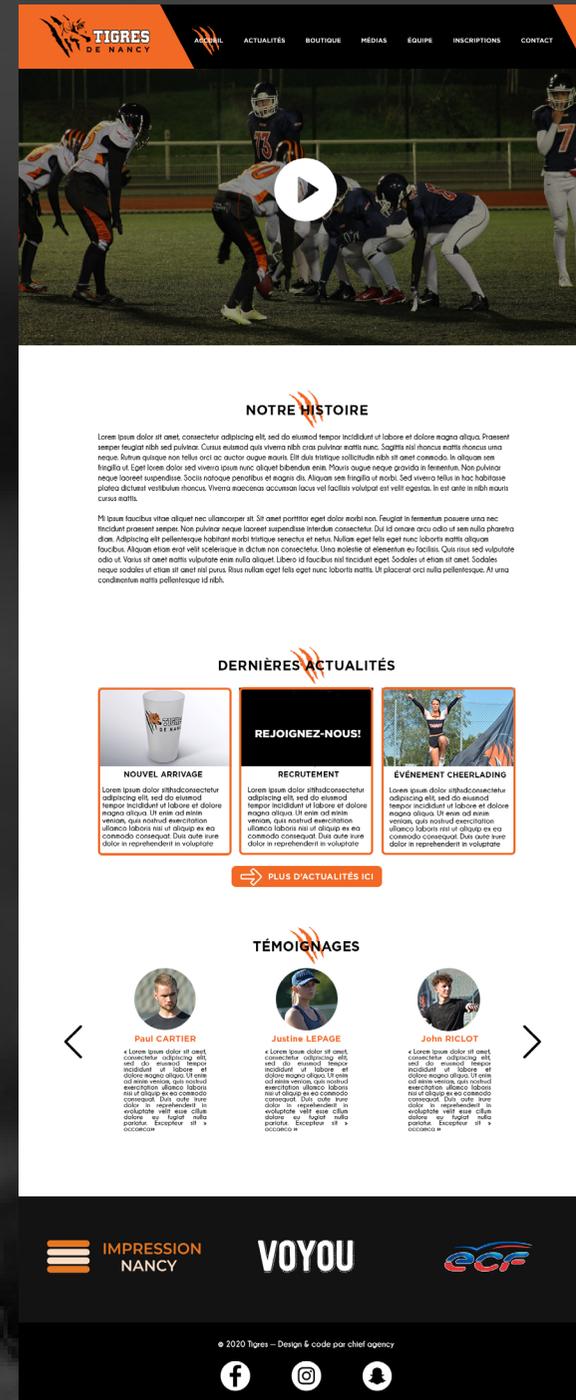
- QP quarterback
- RB running backs
- WR wide receivers
- TE tight ends
- C center
- G guards
- T tackles



Site web : Dans un premier temps, nous avons pris la décision de vous réaliser des maquettes de votre futur site web (les maquettes sont les visuels de ce que devrait ressembler votre site final). Nous avons donc créé une arborescence de site (division du site en pages avec tri de chaque information sur chaque page) comme suit :



Après cela, nous avons commencé la création des maquettes. Dans un premier temps, nous avons commencé par la maquette de la page accueil, nous avons donc repris les informations que nous avons déterminé au préalable dans l'arborescence (vidéo de présentation, texte de présentation du club, dernières actualités, témoignages de licenciés ainsi que les sponsors et les réseaux sociaux en bas de page). Concernant les textes, ces derniers sont des textes fictifs qui seront remplacés à votre guise à l'avenir. Voici un aperçu d'une maquette de votre futur site web :





Cependant, après réflexion, nous avons jugé ce choix peu avantageux pour votre club. En effet, le problème avec ces maquettes est qu'il vous faut connaître une personne sachant coder un site web, car il est nécessaire d'avoir les connaissances nécessaires en codage pour pouvoir modifier les informations du site. Si ce n'est pas votre cas, il faut faire appel à une agence qui vous facturera cette création d'un prix plus ou moins important.

Ainsi, nous avons donc décidé de vous proposer la solution suivante : créer un site wordpress. Wordpress est une plateforme permettant de créer un site à partir de thèmes prédéfinis (gratuit ou payant). Bien qu'il vous faut une personne ayant des connaissances en codage pour débiter le site wordpress, la plateforme vous permettra de modifier les informations assez facilement sans connaissances en codage. Ce qui reste un net avantage pour vous.

Bien sûr, des sites sont mis à disposition pour créer vos propres sites tels que Wix. Cependant, ce dernier ne sera pas votre propriété, mais celle de Wix, ce qui enlève le côté professionnel d'un site web (de plus, l'adresse du site comporterait la mention wix).

Pour plus d'informations concernant les sites wordpress, veuillez vous rendre sur le lien suivant :

<https://fr.wordpress.com/>



Goodies : Afin de mettre à jour votre boutique avec le nouveau logo que nous vous proposons, voici quelques exemples de goodies :





Système de communication entre licenciés : Vous nous avez fait part des difficultés de communication au sein des licenciés de votre club. Pour résoudre ce problème, nous avons trouvé une application : **SPORTEASY.**

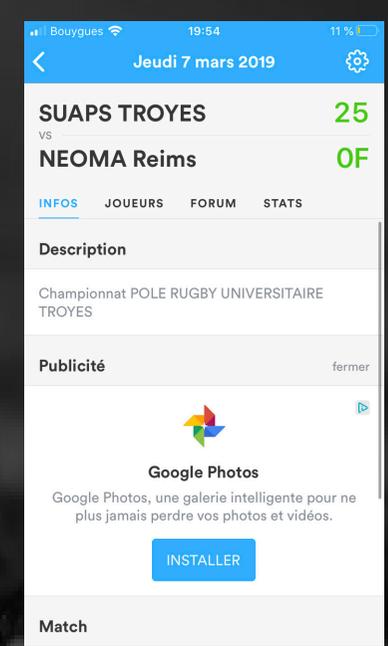
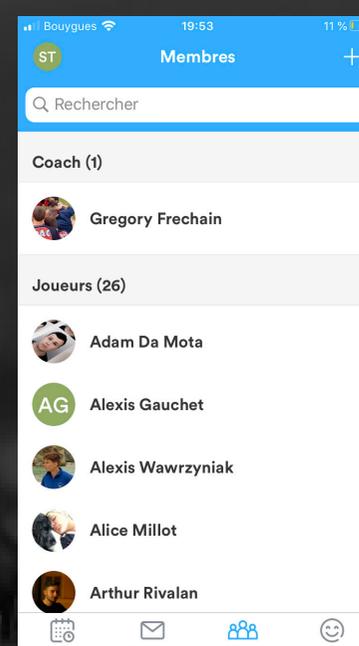
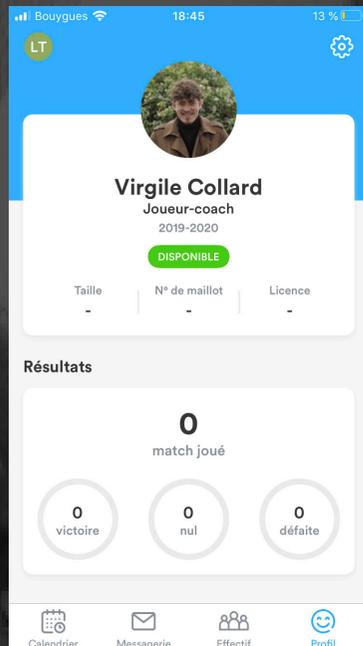
Sporteasy est une application de gestion d'un club de sport disponible sur android, iphone ou ordinateur. Cette application propose une offre gratuite ainsi qu'une offre payante :

FONCTIONNALITÉS	STANDARD	PREMIUM	CLUB
	Gratuit (avec publicité)	5€ par équipe par mois (1 paiement annuel de 60€)	2,4€ par utilisateur par an (paiement annuel avec régularisations)
Site internet de l'équipe + applis iPhone/Android	✓	✓	✓
Gestion de l'effectif	Limité à 30 membres	Illimité	Illimité
Calendrier de l'équipe	✓	✓	✓
Feuilles de match	✓	✓	✓
Convocations / Disponibilités	✓	✓	✓
Tactiques & compos d'équipe	✓	✓	✓
Messages & commentaires	✓	✓	✓
Photos	Limité à 300Mo	Illimité	Illimité
Votes & notes	✓	✓	✓
Cotisations & collectes	✓	✓	✓
Calendrier & classement de championnat	✓	✓	✓
Bannières de publicité	Bannières de pub	Pas de bannières de pub	Pas de bannières de pub
Personnalisation des profils des joueurs	✗	✓	✓
Assignment de tâches	✗	✓	✓
Bilan d'assiduité des joueurs	✗	✓	✓
Statistiques de l'équipe	✗	✓	✓
Statistiques des joueurs	✗	✓	✓
Gestion multi-équipes	✗	✗	✓
Gestion de l'effectif club	✗	✗	✓
Evénements, messages ou cotisations pour tout le club	✗	✗	✓



Cette application vous permettra de gérer vos événements ainsi que vos matchs et entraînements. Elle comprend également un service de messagerie pour pouvoir communiquer entre joueurs. Une partie statistique regroupe diverses informations telles que les résultats, les stats propres à chaque joueur ainsi qu'une élection de l'homme du match.

Ayant déjà eu l'occasion d'utiliser cette application par le passé, cette dernière est complète et utile aux sports collectifs comme le football américain. Voici des exemples d'interface :

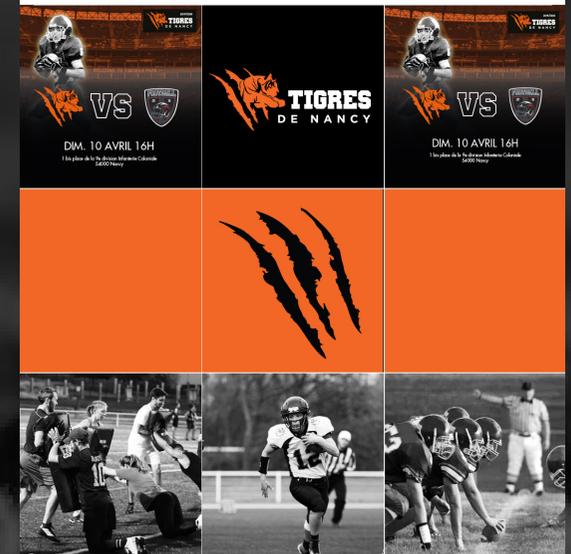
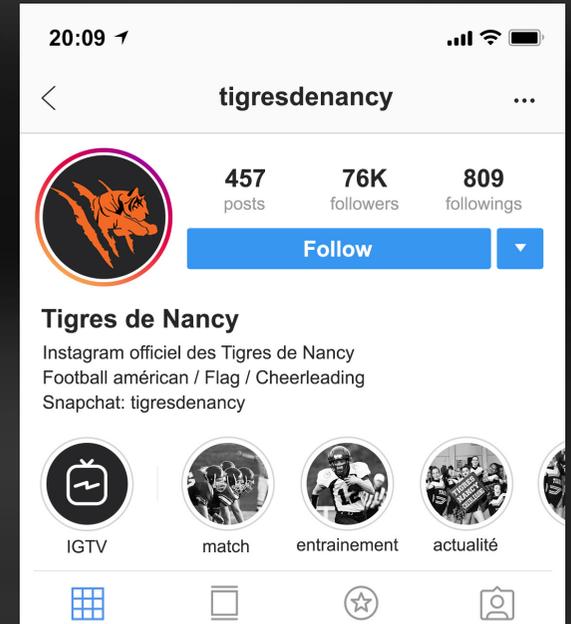
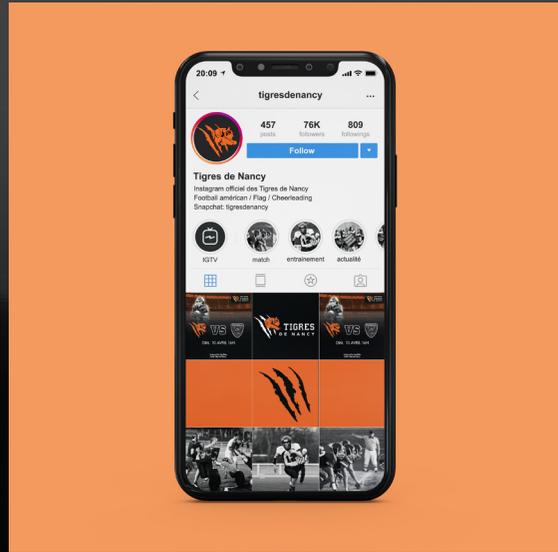




Réseaux sociaux : Pour les réseaux sociaux, nous nous sommes concentrés sur Instagram. C'est le réseau social du moment qu'il faut exploiter.

Tout d'abord, pour communiquer avec vos abonnés, nous vous proposons d'utiliser les story instagram. Instagram a pris le pas sur Snapchat il y a 2 ans avec le lancement des stories, cela vous permet de divulguer des informations, de créer des sondage et partager des informations avec vos abonnés. Nous vous conseillons également de créer des story insta qui resteront à la une pour les matchs, les entraînements et les actualités du club par exemple.

Nous vous conseillons également d'entretenir un feed "esthétique" pour qu'il soit plus attractif par exemple publier des publications par trois pour créer une harmonie. Nous vous proposons quelques exemples avec notamment un template de match qui s'adapte au format Instagram.





Communiqué de presse : Nous avons rédigé un communiqué de presse qui serait intéressant d'envoyer à des journaux locaux tels que l'Est Républicain, vers la fin de l'été pour le recrutement. Il présente votre club ainsi que les disciplines que vous proposez.



Nancy, le 12 février 2020

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

**LES TIGRES DE NANCY:
ILS RECRUTENT !**

Début septembre, les Tigres de Nancy, équipe de football américain, lance leur saison de recrutement. L'occasion de découvrir ce club qui existe depuis de nombreuses années.

En 1987, les Tigres se sont implantés à Nancy. En plus du football américain, le club propose du flagfootball et du cheerleading. En septembre, les inscriptions commencent. Localisé 1 bis place de 9e division d'infanterie coloniale, les Tigres possède leur propre terrain et peuvent accueillir des équipes à domicile. Leur nombre d'adhérents ne fait qu'augmenter chaque année. Néanmoins, ces disciplines restent encore peu connues en France. Ils aimeraient atteindre et toucher plus de monde.

Discipline phare aux États-Unis, le football américain est le sport le plus regardé au monde. Pourtant, contrairement au rugby, au football ou encore au basket, le football américain n'est pas un sport collectif historique et populaire en France. Malgré tout ce sport existe dans notre pays et il ne cesse de se développer depuis 35 ans maintenant. C'est à cette période que les Tigres se sont implantés à Nancy en 1987.

Le club possède de nombreux atouts. Il a des licenciés de tout âge, des sections pour les plus jeunes et des sections pour les plus grands avec des licenciés d'une quarantaine d'années.

Ils sont en partenariat avec des acteurs de la ville de Nancy tel que Voyou, (restaurant), une auto-école et un imprimeur.

Pour les gens à la recherche de compétition, les Tigres ont obtenu de bons résultats cette saison et sont montés en 3e division.

Une des grandes forces des Tigres réside dans leur palette d'activité avec entre autre le flagfootball. En effet, l'avenir international du football américain repose sur « le flag football ». C'est une version light du football américain qui se joue à 5 contre 5. Le prin-

cipe reste le même, mais les joueurs n'ont pas de protection et les contacts sont interdits. Pour arrêter l'action, le défenseur doit arracher les drapeaux qui sont dans le dos de l'attaquant.

Le football américain est difficile à envisager en mode loisir alors que le flag football est un sport ludique et facile à pratiquer. C'est là que se trouve le plus gros réservoir de nouveaux pratiquants pour la fédération française.

Contact presse :

Charline Gérardin
charline.grdn@gmail.com



Planning : Le recrutement des nouveaux joueurs commencera à partir de septembre, nous vous conseillons donc de communiquer dessus dès cet été, en collant les affiches partout dans la ville (ex gymnases, magasins de sport, salles de sport...) ainsi qu'en distribuant les flyers prévus à cet effet.

Les cartes de visite ainsi que les dépliants sont des supports de communication qui vous seront utiles tout au long de l'année.

Enfin, concernant le site, les réseaux sociaux et la nouvelle boutique, nous vous conseillons de tout mettre à jour en même temps et non pas successivement. En effet, cela vous permettra d'insister sur le lancement de votre nouvelle identité visuelle et donc de communiquer sur votre nouveau statut plus «professionnel». Bien qu'il ne s'agit que d'une refonte de votre identité visuelle, cette dernière sera vue comme une refonte plus générale du club.



Budget :

> Pack 715€

- 600 Templates d'affiches (200/modèle; 250g couché demi-mat) = 200€
- 1000 flyers (= 135g, couché demi-mat, recto/verso) = 80€
- 500 cartes de visite (350g couché mat, recto/verso, pelliculage fini mat recto) = 125€
- 1000 dépliants (1 pli simple, 250g couché demi-mat) = 250€
- serveur et nom de domaine = 60€/an

> Pack 2465€

- 600 Templates d'affiches (200/modèle; 250g couché demi-mat) = 200€
- 1000 flyers (= 135g, couché demi-mat, recto/verso) = 80€
- 500 cartes de visite (350g couché mat, recto/verso, pelliculage fini mat recto) = 125€
- 1000 dépliants (1 pli simple, 250g couché demi-mat) = 250€
- serveur et nom de domaine = 60€/an
- goodies : 600 ecocup 50 cl = 550€
 - 600 ecocup 25 = 450€
 - 1000 sous-boc = 250€
 - 500 casquettes = 500€



Nous vous remercions de l'intérêt que vous porterez à notre projet ainsi que des supports réalisés. Nous nous tenons à votre disposition pour d'éventuelles informations supplémentaires.

**En espérant avoir répondu à vos attentes.
Nous vous prions d'agréer nos sincères salutations.**

CHIEF Agency.