

# AXE RAYONNER

*Vice-présidente de l'axe Rayonner : Catherine LABRUNE*

La saison 2025-2026 a été une saison importante pour l'axe « Rayonner » de la Ligue. Entre réorganisation interne, création de contenus et renforcement des liens avec nos partenaires, cette année a permis de continuer à faire évoluer l'image et la visibilité de la Ligue sur le territoire.

Le départ d'Alexandrine, alternante en communication pendant près de trois saisons, a forcément entraîné une nouvelle organisation du travail. Il a fallu reprendre certaines missions, redéfinir les priorités et adapter le fonctionnement quotidien tout en maintenant une communication régulière et qualitative. L'axe « Rayonner » reste aujourd'hui un axe support pour l'ensemble des projets de la Ligue à travers plusieurs missions :

- La communication digitale
- La création visuelle et vidéo
- L'événementiel
- Le développement des partenariats et du réseau.

## 1) L'organisation de la communication

Comme chaque saison, la Ligue a continué à communiquer via plusieurs canaux complémentaires :

- Les réseaux sociaux
- Les newsletters
- Le site internet

L'objectif reste le même : proposer des contenus attractifs, modernes et variés pour informer, valoriser les actions menées sur le territoire et donner envie de suivre le badminton régional.

Cette saison, une attention particulière a été portée à la **qualité des contenus**, notamment sur les formats vidéos & photos (partenaire photos), et **des publications plus immersives**. L'idée est de sortir d'une communication uniquement "informatrice" pour proposer des contenus qui **racontent une histoire**, mettent en avant les acteurs du territoire et créent davantage d'engagement auprès des licenciés et du grand public. Chaque fin de mois, un calendrier éditorial est préparé afin d'anticiper les temps forts du mois suivant, et de garder une communication cohérente et régulière.

Tout au long de la saison, la Ligue a assuré une communication :

De manière régulière autour :

- Des calendriers
- Des inscriptions
- Des Palmarès compétition
- Des événements hors compétitions (30 ans du Pôle Espoirs, stage parabad, Rencontres interentreprises, DynaBad...)
- Des tournois des clubs de la Région
- Des actualités du Pôle Espoirs

De manière ponctuelle autour :

- Des formations
- Des Labels
- Des offres Partenaires
- Des Orléans Masters
- Des stages
- Autres (offre d'emploi...)

Certaines thématiques ont également bénéficié d'une communication plus poussée cette saison.

### Le parabadminton

Un travail plus régulier a été réalisé autour du parabadminton avec un meilleur suivi des résultats de nos joueurs sur les compétitions nationales et internationales. Les stages régionaux et fédéraux ont également été davantage valorisés afin de mettre en lumière cette pratique et ses acteurs.

### Les formations

La communication autour des formations, et notamment de la formation arbitre, a été renforcée avec :

- Des vidéos dédiées
- Une newsletter spécifique
- Un bilan de fin de saison.

L'objectif était de rendre l'offre de formation plus visible et plus lisible pour les clubs et les licenciés.

### Les Coupes Régionales par Équipes


Après le travail de communication réalisé la saison dernière autour des Coupes Régionales par Équipes, la dynamique se confirme cette année avec une hausse du nombre d'équipes engagées :

- **24 équipes féminines** contre **18** la saison précédente ;
- **32 équipes masculines** contre **24** la saison précédente.

Cette progression montre l'impact qu'une communication plus ciblée peut avoir sur la participation des clubs.

## 2) Les réseaux sociaux

### Facebook


	2023	2024	2025
Abonnés	1 500	1 700	2 100
Spectateurs par mois (moy)	5 800	6 000	10 200
Interactions par mois (moy)	400	670	1 200
Nbr de publication	155	171	162

Les chiffres Facebook sont en nette progression cette saison :

- **2 100 abonnés** contre 1 700 en 2024
- **10 200 personnes touchées** en moyenne par mois
- **1 200 interactions mensuelles** en moyenne.

Même avec un nombre de publications légèrement inférieur, les contenus ont généré davantage d'engagement et de visibilité, preuve que la stratégie mise en place fonctionne et que les publications gagnent en qualité.


### Instagram

	2023	2024	2025
Abonnés	1 000	1 300	1 800
Spectateurs par mois (moy)	2 200	1 300	3 100
Interactions par mois (moy)	702	800	1 000
Nbr de publication	96	87	102

- **1 000 interactions mensuelles** en moyenne.

Le développement des vidéos et des contenus racontant une histoire a largement contribué à cette progression. Il existe également une page LinkedIn (500 abonnés), une page Tik Tok (900 abonnés) et une Page YouTube (37 abonés). Aucune stratégie n'est mise en place pour ces 3 pages.

### Le site internet

	2024	2025
<b>Moyenne de sessions ouvertes</b> par mois	1 200	1 200
<b>Moyenne d'utilisateur</b> par mois	900	900
<b>Moyenne d'utilisateurs mensuels de la région CVL</b>	290	360

Cette saison, le site internet a conservé une fréquentation stable avec environ :

- 1 200 sessions ouvertes par mois ;
- 900 utilisateurs mensuels.

Le choix a été fait de réduire le nombre d'articles rédigés afin de gagner du temps de production et privilégier la création de pages ressources plus durables et plus faciles à mettre à jour.

Les articles publiés cette saison concernaient principalement :

- Le Pôle Espoirs
- Les initiatives clubs
- L'Assemblée Générale
- Les formations

Une hausse des utilisateurs issus de la région Centre-Val de Loire a également été observée.

### La newsletter

Depuis 2025, la newsletter est désormais envoyée à l'ensemble des licenciés, en plus des clubs et comités.

Deux formats sont utilisés :

- Les newsletters multi-informations
- Les newsletters spécifiques selon les sujets.

Les résultats restent très satisfaisants avec des taux d'ouverture élevés sur plusieurs campagnes, notamment pour les newsletters ciblées.

Une nouvelle rubrique « Initiatives Clubs » a également été lancée cette saison afin de valoriser les projets menés localement par les clubs du territoire.

Brevo	Thèmes	Tx d'ouverture	Tx de clic	Nbr de contacts
Janvier	<b>Multi infos</b> « News Bonne année »	58%	3.5%	12 354
Janvier	<b>News spécifique :</b> Invitation Matinée des bénévoles	95%	18%	161
Juillet	<b>News spécifique :</b> Bilan des Formations	58%	9.2%	12 048
Juillet	<b>Multi infos</b> « fin de saison »	54%	3.3%	12 326
Septembre	<b>Multi Infos :</b> début de saison	63%	5.2%	15 403

### 3) Les événements

#### Les 30 ans du Pôle Espoirs

Les 30 ans du Pôle Espoirs ont marqué le début de saison. Organisé avec l'axe « Progresser », cet événement a réuni plus de 120 personnes : anciens joueurs, pensionnaires actuels, bénévoles, élus, salariés, partenaires et institutionnels.

Ce moment a permis de mettre en valeur l'histoire du Pôle, de remercier les personnes ayant contribué à son développement et de lancer officiellement la nouvelle saison.

L'axe Rayonner a organisé cet événement en collaboration avec l'axe Progresser.

#### Les Orléans Masters

Comme chaque année, la Ligue a proposé une communication spécifique autour des Orléans Masters.

Après avoir travaillé les saisons précédentes sur les bénévoles, les jeunes ou encore la découverte de l'événement par des non-initiés, le thème choisi cette saison était centré sur le public des Orléans Masters.

L'objectif était de montrer, à travers une vidéo, que cet événement attire un public très varié et accessible à tous, qu'on soit joueur de badminton ou simple spectateur.

Plusieurs actions ont également été mises en place :

- Jeux concours sur les réseaux sociaux
- Mise en avant de la matinée des bénévoles
- Valorisation de l'implication de la Ligue pendant l'événement.

#### Les Rencontres Interentreprises

La deuxième édition des Rencontres Interentreprises a réuni six équipes issues d'entreprises et structures du territoire. L'effectif, d'une édition à l'autre, a doublé.

La communication autour de l'événement a été pensée en plusieurs temps avec :

- Une campagne de présentation
- Un retour vidéo
- Un retour photo avec « storytelling »

L'objectif était à la fois de fidéliser les participants et de donner envie à de nouvelles structures de rejoindre l'événement la saison prochaine.

#### Dynabad

Dans le cadre du partenariat avec Dynabuy, la Ligue a également organisé « DynaBad », un événement networking autour du badminton.

Cette action avait plusieurs objectifs :

- **Faire découvrir le badminton** sous un format convivial aux entreprises

- **Valoriser le savoir-faire de la Ligue** pour développer ce type de prestation
- **Développer de nouvelles relations** avec les entreprises du territoire.

### **Productions visuelles**

Cette saison encore, de nombreux supports de communication ont été réalisés :

- Affiches compétitions
- Documents institutionnels
- Supports formations
- Outils partenaires
- Visuels événements
- Outil PJT (cahier)
- Infographies

La vidéo continue également de prendre une place importante dans la stratégie de communication de la Ligue avec de nombreux contenus produits tout au long de la saison :

- 4 vidéos « Badminton Entreprises »
- 5 vidéos « promotion de la Formation »
- 2 vidéos « Orléans Masters »
- 1 vidéo « Parabad »
- 3 vidéos « Pôles Espoirs »
- 5 Vidéos « Compétitions »
- 1 vidéo « Bonne année »

Ces formats permettent de moderniser l'image de la Ligue et d'apporter davantage de dynamisme aux contenus publiés. Certaines vidéos réalisées sont conservées afin de promouvoir ou de communiquer sur les événements de la saison prochaine.

### **Le partenariat :**

#### **Fidéliser le réseau**

Cette saison, l'objectif principal était d'abord de maintenir et renforcer les partenariats existants.

Les collaborations avec Lauriane Girardeau Photography, Homeca, Dynabuy, Max Vauché, Crédit Mutuel ou encore +2Bad ont permis d'accompagner les différents projets de la Ligue tout au long de l'année.

Plusieurs partenaires ont également été invités aux Orléans Masters afin de renforcer les liens et de valoriser les collaborations en cours.

Le partenariat avec le Crédit Mutuel a été renouvelé à travers une nouvelle organisation impliquant désormais deux conventions distinctes :

- Une avec la caisse locale
- Une avec la caisse régionale

Concernant le partenariat équipementier, une consultation a été lancée auprès de plusieurs enseignes afin d'identifier le futur partenaire de la Ligue pour les prochaines saisons.

Un nouveau partenariat avec Bad Box a également vu le jour cette saison avec la mise en place de lots pour le Championnat de Ligue Jeunes.

Nos liens avec le CREPS Centre-Val de Loire se renforcent également, notamment grâce à la mise à disposition de l'aire centrale du vélodrome pour le développement de nos projets d'événements « Badminton & Networking ».

#### **Développer les liens avec les acteurs du territoire**

Au-delà des partenariats, la Ligue a continué à développer sa présence dans différents réseaux professionnels et événements locaux :

- Dynabuy
- Com18
- Interval Business
- Réseau InfOptimum

Ces temps de rencontre permettent de développer le réseau de la Ligue, de créer de nouveaux contacts et de faire connaître davantage nos actions auprès des acteurs économiques du territoire.

Une animation organisée avec **Initiative Cher** (qui accompagne et finance la création d'entreprises) a notamment permis de réunir une cinquantaine de participants issus du monde entrepreneurial et institutionnel.

Par ailleurs, la participation à l'inauguration des nouveaux bâtiments de Max Vauché a également été une belle opportunité pour renforcer les liens avec plusieurs partenaires et poursuivre le développement du réseau professionnel de la Ligue.

### **Conclusion**

Malgré une saison marquée par une réorganisation interne, l'axe « Rayonner » a poursuivi son développement et confirmé son rôle important dans la valorisation des actions de la Ligue.

Cette saison a permis :

- De renforcer la visibilité de la Ligue
- De développer les communautés digitales
- De proposer des contenus plus qualitatifs
- De structurer davantage les actions de communication
- De consolider les relations partenaires
- De continuer à faire rayonner le badminton régional sur l'ensemble du territoire.