

ANALYSE MÉDIATIQUE



Du 1er janvier au 31 décembre 2025

Action de communication et analyse par



Préambule

La Fédération Française de Parachutisme, reconnue d'utilité publique depuis le 2 mai 1986, opère sous la tutelle du **Ministère de la Jeunesse, des Sports et de la Vie Associative**. Cette délégation confie à la FFP la responsabilité du développement de la discipline et de l'encadrement du parachutisme sportif et toutes ses disciplines annexes (soufflerie et ascensionnel).

- **Dans le cadre de ses obligations, la Fédération s'engage activement dans la promotion du sport**, notamment en mettant en œuvre des mesures concrètes pour ouvrir la pratique du parachutisme au plus grand nombre et attirer de nouveaux licenciés.
- **La FFP s'efforce également de communiquer efficacement pour accroître la visibilité de ce sport**, particulièrement lors d'événements majeurs comme les Championnats du monde, où les Equipes de France défendent les titres de meilleure nation du monde, et d'actions pour la promotion du sport et de la pratique parachutiste, à travers l'ensemble de ses engagements sociétaux et environnements.

Stratégie de communication 2025

La Fédération Française de Parachutisme avait souhaité, en 2023, apporter une nouvelle dynamique à sa communication en adossant sa ligne éditoriale à trois piliers :

- 1- Mettre en lumière les résultats sportifs dans le cadre des compétitions.*
- 2- Faire connaître et reconnaître la démarche RSE.*
- 3- Faire évoluer l'offre fédérale afin de compenser la perte de pratiquants après la PAC.*

Pour 2024, la Fédération a défini, en écho, trois axes de développement :

- 1- Sensibiliser et recruter de nouveaux licenciés et plus particulièrement des jeunes*
- 2- Mettre en lumière les résultats sportifs et la pratique dans le cadre des compétitions, événements, animations fédérales*
- 3- Intégrer et s'adosser à la Grande Cause Nationale 2024, définie par le Ministère des Sports*

Une communication intensifiée

Pour répondre aux attentes de la stratégie fédérale, la présence de Phoebus Communication, agence chargée de la communication fédérale, a été mobilisée non pas sur des championnats mais sur des animations fédérales spécifiques, à cinq reprises, à savoir : **Cahors, Pujaut, Saumur, Laval, JO Paris 2024**

Ce présentiel a permis :

- **47 supports presse** spécifiques collectés et diffusés
- **42 interviews** de parachutistes rédigées et diffusées
- **25 vidéos réalisées**, montées avec sous titres et diffusées
- **390 actualités spécifiques** rédigées et diffusées (stories, posts réseaux sociaux)

À noter que les retombées générées par ces reportages, tant pour les centres-écoles concernés, pour les territoires et l'environnement de chacun, que pour la FFP sont particulièrement notoires, voire considérables selon les critères de la profession (vu qu'il ne s'agit ni de compétitions, ni de très haut niveau en cette année olympique).

Ceci atteste une nouvelle fois de la pertinence de la stratégie fédérale consistant à parler de "ceux dont on ne parle jamais" et induisant une véritable capacité à mieux faire connaître les actions fédérales structurantes mises en place par la Direction Technique Nationale.

Moyens de communication

La **communication fédérale** utilise deux grands canaux de communication que sont le **digital** et les **relations presse**.

Phoebus Communication déploie donc tous les moyens pour la mettre en œuvre :

- gestion quotidienne de l'actualité du site internet
- gestion quotidienne des pages FFP sur les réseaux sociaux : Facebook, Instagram, X (Twitter), Linkedin, Youtube
- gestion d'un fichier presse mis à jour régulièrement et actualisé avec les journalistes et médias autour du sport, rédaction de supports pour les journalistes (à vos agendas, communiqués, dossiers de presse, pour mémoire, envois ciblés), mise à jour de la revue de presse, réponse à toutes les demandes des rédactions
- gestion d'un espace presse sur Dropbox regroupant toutes les photographies de compétitions, animations, disciplines
- créations graphiques (sliders du site internet, bannières des réseaux sociaux, templates, visuels des événements,)

Les actions menées



En binôme avec le président de la FFP, Phoebus Communication définit la ligne éditoriale, collecte les informations, les rédige, structure le planning mensuel de diffusion, dépose tous les contenus via les canaux appropriés :

- Les réseaux sociaux :
 - Facebook
 - Twitter
 - YouTube
 - Instagram
 - LinkedIn
- Le site internet

Phoebus communication a également en charge :

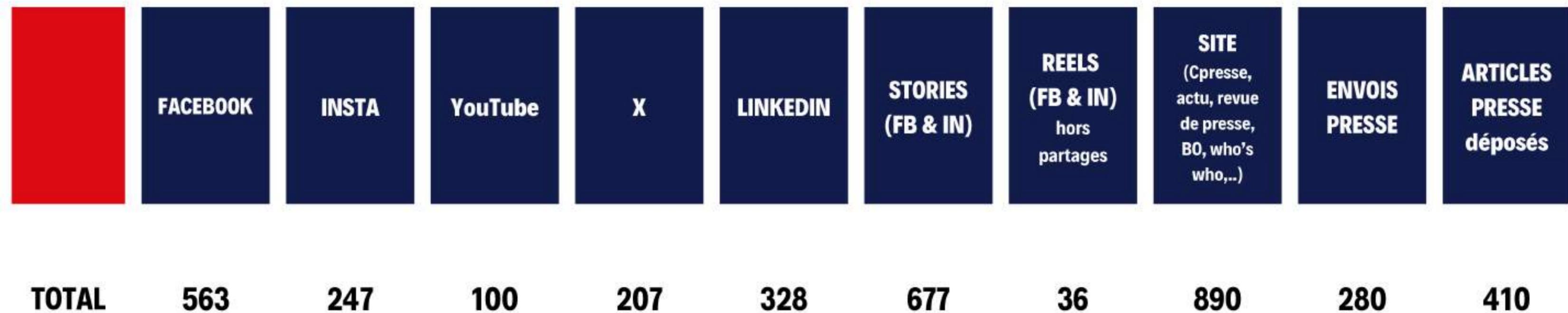
- Les Relations Presse
- Les créations graphiques (affiches, plaques, flammes, logos,...)
- La couverture en présentiel de certains événements

Toutes les retombées presse sont disponibles et récupérables sur le site rubrique Revue de Presse.

Les communiqués de presse peuvent être consultés dans l'espace presse.

Synthèse multi-canal 2024

du 1er janvier au 31 décembre 2024



au total, ce sont plus de **3 700 contenus déposés** sur l'ensemble des canaux

Détail mensuel multi-canal 2024 Semestre 1 et 2

du 1er janvier au 31 décembre 2024

| | FACEBOOK | INSTA | YouTube | X | Linkedin | STORIES | REELS | SITE (Cpresse, actu, revue de presse, BO, who's who,...) | ENVOIS PRESSE | ARTICLES PRESSE |
|---------|----------|-------|---------|----|----------|---------|-------|--|---------------|-----------------|
| JANVIER | 29 | 12 | / | 8 | 19 | 8 | 2 | 16 | 6 | 1 |
| FEVRIER | 24 | 12 | / | 3 | 11 | 7 | 2 | 15 | 4 | 4 |
| MARS | 31 | 18 | 1 | 7 | 9 | 59 | 3 | 56 | 31 | 8 |
| AVRIL | 22 | 11 | 1 | 6 | 3 | 166 | / | 46 | 23 | 12 |
| MAI | 80 | 18 | 7 | 7 | 4 | 23 | / | 57 | 9 | 35 |
| JUIN | 83 | 18 | 15 | 42 | 43 | 19 | 4 | 60 | 20 | 28 |

Détail mensuel multi-canal 2024 Semestre 3 et 4

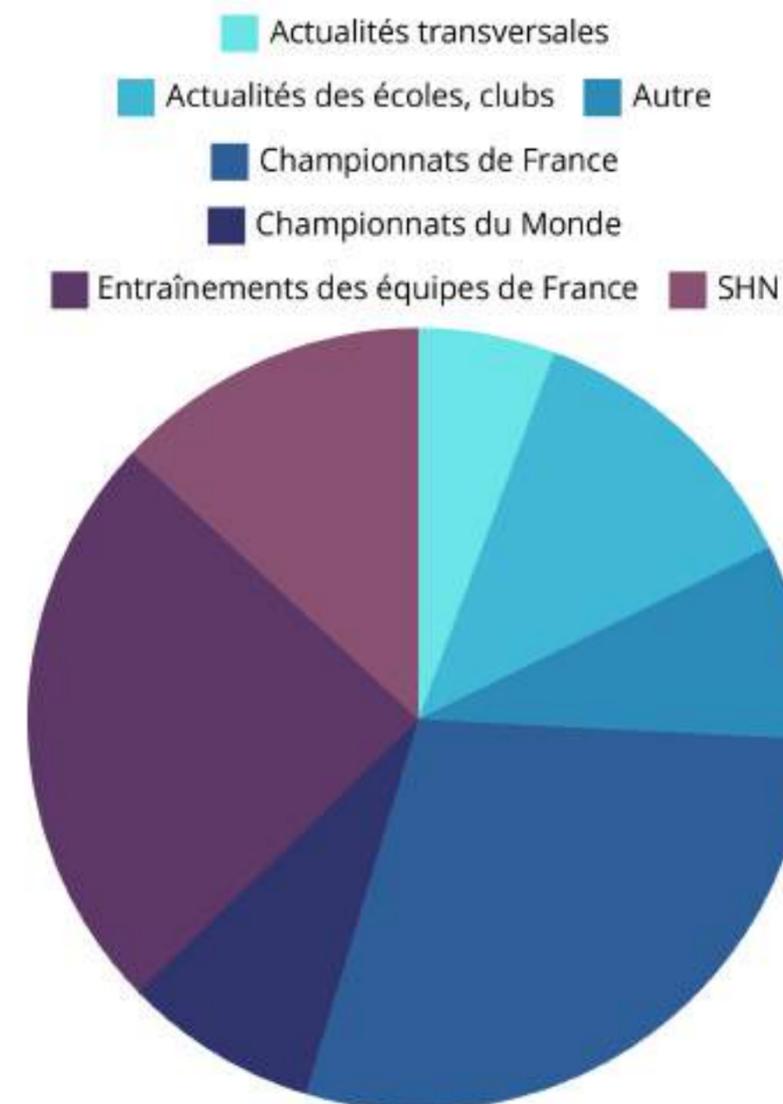
du 1er janvier au 31 décembre 2024

| | FACEBOOK | INSTA | YouTube | X | Linkedin | STORIES | REELS | SITE (Cpresse, actu, revue de presse, BO, who's who,...) | ENVOIS PRESSE | ARTICLES PRESSE |
|-----------|----------|-------|---------|----|----------|---------|-------|--|---------------|-----------------|
| JUILLET | 94 | 22 | 12 | 58 | 83 | 79 | 10 | 236 | 58 | 155 |
| AOUT | 74 | 44 | 37 | 21 | 53 | 73 | 12 | 128 | 38 | 56 |
| SEPTEMBRE | 42 | 21 | 18 | 12 | 25 | 77 | 2 | 122 | 57 | 45 |
| OCTOBRE | 34 | 22 | 9 | 11 | 32 | 104 | 1 | 74 | 30 | 29 |
| NOVEMBRE | 16 | 15 | / | 3 | 16 | 33 | / | 36 | 1 | 18 |
| DECEMBRE | 34 | 34 | / | 29 | 30 | 29 | / | 43 | 3 | 19 |

Focus sur les articles & reportages collectés en 2024

*Parmi les **410** retombées presse collectées sur l'année, la répartition thématique démontre de la variété des sujets fédéraux et de l'importance de mettre en lumière les différents piliers du parachutisme pour continuer à sensibiliser les médias, valoriser les structures et leurs territoires, faire toujours plus parler de la pratique,....*

| | |
|-------------------------------------|-------------------|
| Actualités transversales | 22, soit 5.62 % |
| Actualités des écoles, clubs | 54, soit 12.02 % |
| Autre | 36, soit 8.18 % |
| Championnats de France | 112, soit 28.64 % |
| Championnats du Monde | 35, soit 8.43 % |
| Entraînements des équipes de France | 95, soit 24.29 % |
| SHN | 51, soit 12.78 % |



Facebook

563 publications et 338 stories du 1er janvier au 31 décembre 2024



2021 : 14 358 abonnés sur Facebook ; 274 publications

2022 : 16 550 abonnés sur Facebook ; 395 publications

2023 : 17 652 abonnés sur Facebook ; 580 publications

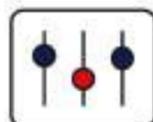
2024 : **20 900 abonnés sur Facebook ; 563 publications**



+ 3 248 abonnés

+ d'un million de personnes ont vu les post FFP

1 046 970 - Couverture Facebook : Le nombre de personnes qui ont vu l'un des contenus de la page ou à propos de la page, y compris les publications, les stories, les publicités, les informations sociales des personnes qui interagissent avec la page et plus encore.



118 502 - Visite de la page Facebook : Le nombre de fois où votre page a été consultée.

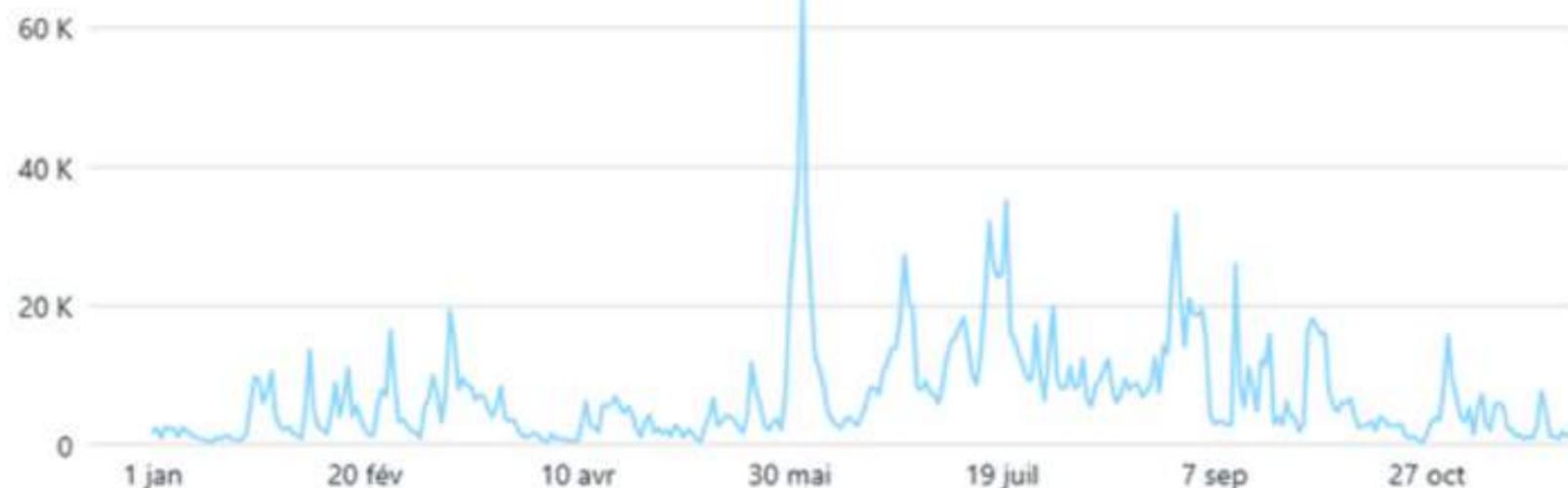
+ de 100 000 recherches et visites de la page FFP

Facebook



Couverture Facebook ●

1 M ↓ 55 %



+1 MILLION de personnes ont vu, lu, ou regardé une publication de la FFP

98% de non followers que l'on convertit ensuite : donc des personnes sensibilisées au parachutisme

La couverture de la Fédération Française de Parachutisme a atteint **plus d'un million de personnes** du 1er janvier au 31 décembre 2024, avec des pics significatifs lors des événements couverts en présentiel par Phoebus Communication, et lors des Championnats. Notamment, un très fort pic d'audience a été enregistré autour du 31 mai, lors de la Skydive World Cup Series à Cahors, avec une couverture de **60 000 personnes**.

Pour 2025, il est recommandé de renforcer la couverture **en direct** de compétitions nationales, voire mondiales en 2026, en visant une audience toujours plus large. Cette approche permettra d'accroître la visibilité de la Fédération à l'échelle mondiale et d'intéresser toujours plus les médias.

Top des publications

Les vidéos demeurent les publications qui génèrent le plus d'engagement, d'autant plus lorsque celles-ci sont captées sur un événement fédéral (compétitions, stages, ...) !

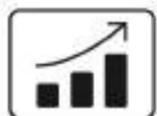
Par ailleurs, les publications réalisées en "live" ont généré le plus d'engagement sur l'année 2024.

| Titre | Partages ⁱ 11 | Couverture ⁱ ↓ | Mentions J'aime et réactions ⁱ 11 | Lectures ⁱ 11 |
|---|--------------------------|---------------------------|--|--------------------------|
|  [Skydive World Cup Series Cahors 2024] La 8e manche est en train de se dé... FFP - Fédération Française de Parachutisme | 32 Partages | 40 K Couverture | 343 Réactions | 37,5 K Lectures |
|  [Animation Fédérale de Disciplines Artistiques] FFP - Fédération Française de Parachutisme | 10 Partages | 31,6 K Couverture | 376 Réactions | 33,9 K Lectures |
|  [Skydive World Cup Series Cahors 2024] Le saut de siki de ce dernier jour d... FFP - Fédération Française de Parachutisme | 33 Partages | 28,5 K Couverture | 394 Réactions | 27,7 K Lectures |
|  Votre vidéo FFP - Fédération Française de Parachutisme | 42 Partages | 23 K Couverture | 480 Réactions | 24,4 K Lectures |
|  [Animation Fédérale de Disciplines Artistiques] FFP - Fédération Française de Parachutisme | 12 Partages | 22,6 K Couverture | 157 Réactions | 19,5 K Lectures |
|  [Stage d'animation nationale et d'accèsion en Vol Relatif] Leslie Richard t... FFP - Fédération Française de Parachutisme | 9 Partages | 22,1 K Couverture | 100 Réactions | -- |
|  [Stage d'animation nationale et d'accèsion en Vol Relatif] Nellig : un ave... FFP - Fédération Française de Parachutisme | 9 Partages | 20,1 K Couverture | 108 Réactions | -- |
|  [BB jours plus tard...] Sophie Bernier, ancienne membre des équipes de Franc... FFP - Fédération Française de Parachutisme | 19 Partages | 19,5 K Couverture | 256 Réactions | -- |
|  [Stage d'animation nationale et d'accèsion en Vol Relatif] FFP - Fédération Française de Parachutisme | 28 Partages | 19,5 K Couverture | 151 Réactions | 14,6 K Lectures |
|  [Entraînement Vol Relatif] Les équipes de France de Vol Relatif Open et fémini... FFP - Fédération Française de Parachutisme | 55 Partages | 19 K Couverture | 359 Réactions | 17,3 K Lectures |
|  [Stage d'animation nationale et d'accèsion en Vol Relatif] Rencontre avec... FFP - Fédération Française de Parachutisme | 6 Partages | 18,4 K Couverture | 151 Réactions | -- |
|  L'équipe de « France 1 termine cette huitième et dernière manche avec 10 cm... FFP - Fédération Française de Parachutisme | 5 Partages | 18,3 K Couverture | 171 Réactions | -- |

Instagram



247 publications, 36 reels, et 339 stories du 1er janvier au 31 décembre 2024



2021 : 3517 abonnés sur Instagram ; 103 publications

2022 : 3956 abonnés sur Instagram ; 86 publications

2023 : 4739 abonnés sur Instagram ; 191 publications

2024 : **5631 abonnés sur Instagram ; 213 publications**

+ 892 abonnés



Nous avons accentué la réalisation de Reels afin de capter plus de vues et réactions (algorithme en faveur des vidéos à l'image de TikTok).

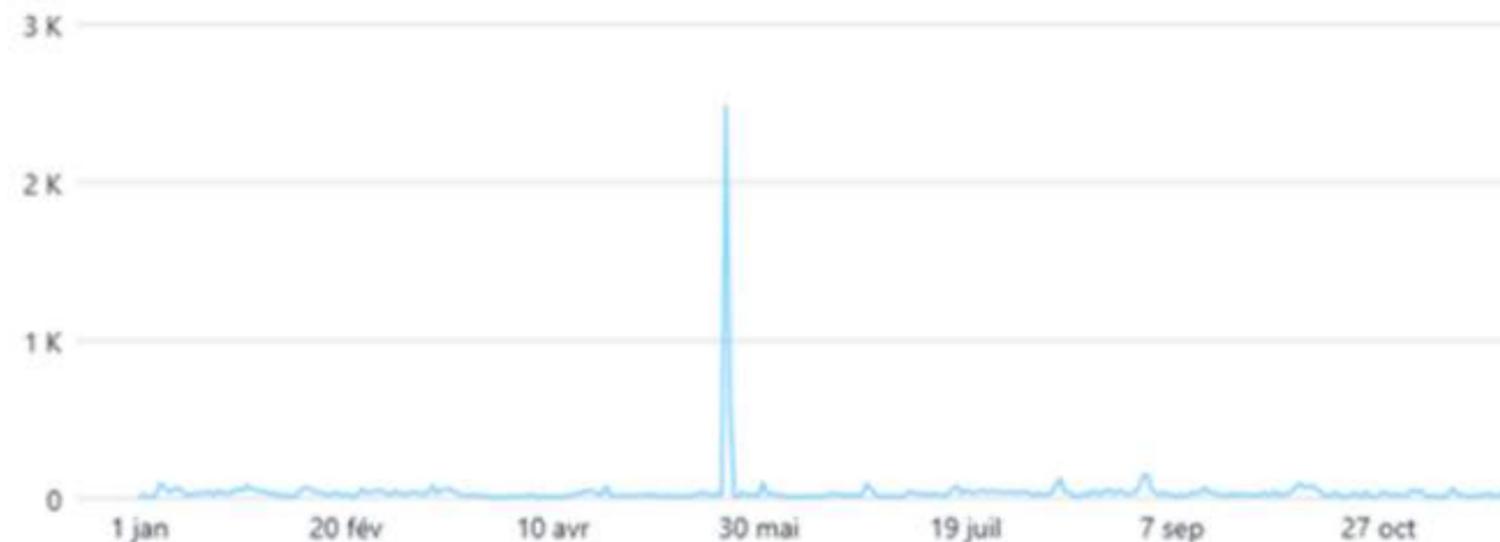
Couverture Instagram ●

44 K ↓ 14 %



Visites du profil Instagram ●

13,3 K ↑ 55,6 %



Instagram



Sur Instagram, les publications mettant en avant de belles photos prises par les vidéoman sont particulièrement appréciées.



En 2024, nous avons privilégié un nombre réduit de publications, en nous concentrant sur des photos de qualité.

Pour 2025, nous recommandons que les entraîneurs et les membres des équipes de France envoient, en début d'année, puis chaque début de mois, une palette large de photos et vidéos. Cela permettra de constituer **une photothèque solide et récente**. Ces images seront également utilisées pour répondre aux demandes des journalistes, renforçant ainsi la présence médiatique de la Fédération Française de Parachutisme.

Les réels captant plus de vues et de likes, nous préconisons pour l'année 2025, de créer un compte TikTok (cliquez pour voir un exemple). Ce nouveau canal aura pour objectif de démocratiser le parachutisme, autour d'un contenu attractif, dynamique, avec des foires aux questions accessibles, des challenges pour humaniser les compétiteurs, ...

Top publications

Les reels demeurent les publications qui génèrent le plus d'engagement, d'autant plus lorsque celles-ci sont captées sur un événement fédéral (compétitions, stages, ...)!

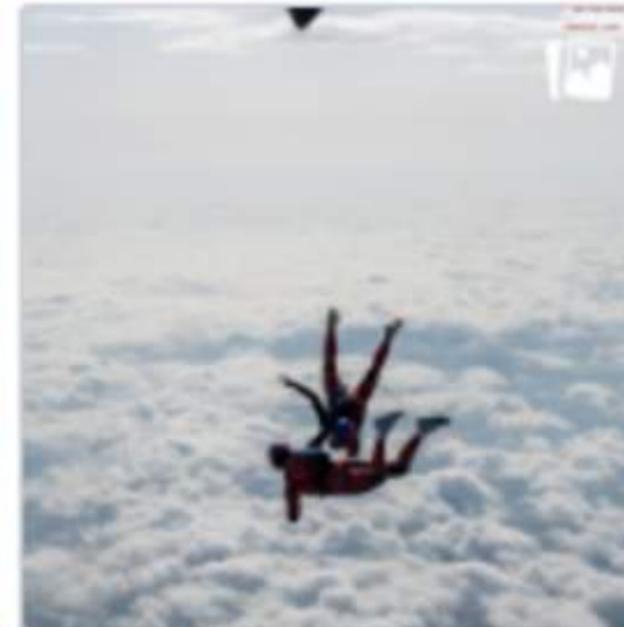
Par ailleurs les publications/ vidéos réalisées au contact des compétiteurs totalisent le plus de vues et d'engagement sur l'année 2024 : être sur le terrain



[Club France - Paris 2024] Quand deux...

Samedi 10 août 08:28

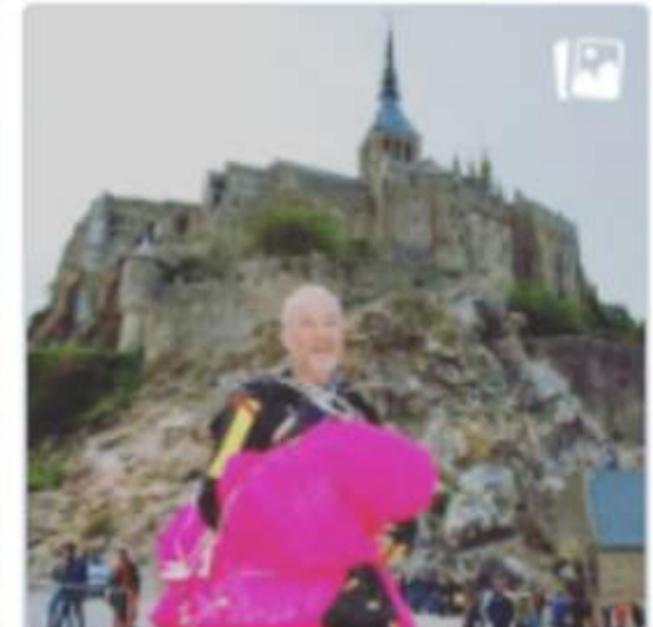
👁️ 5,4 K ❤️ 137
🗨️ 0 ➦ 0



#Championnat 🏆 | Championnat de...

Dimanche 1 septembre 05:57

👁️ 4 K ❤️ 311
🗨️ 1 ➦ 13



À toutes et tous les parachutistes, civils ...

Dimanche 29 septembre 03:57

👁️ 3,8 K ❤️ 294
🗨️ 7 ➦ 11

LinkedIn

328 publications du 1er janvier au 31 décembre 2024



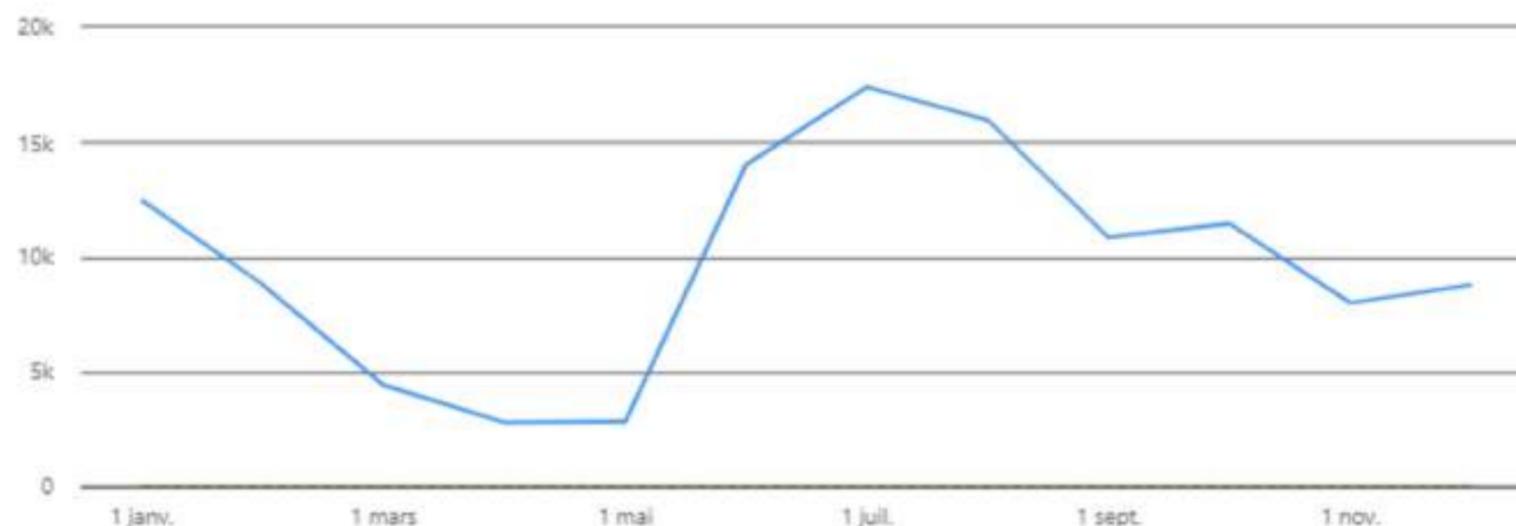
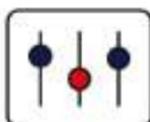
2023 : 684 abonnés sur LinkedIn

2024 : **955 abonnés sur LinkedIn**

+ 271 abonnés



Les publications sur LinkedIn se concentrent sur des thèmes d'ordre "officiel", mettant en avant les résultats et performances, ainsi que des "Portraits de ..." et des informations clés



✓ Organique

117744

LinkedIn est aussi le canal privilégié pouvant favoriser une valorisation des partenaires actuels voire une approche proactive dans la recherche de sponsors



Youtube

100 vidéos du 1er janvier au 31 décembre 2024



2021 : 1299 abonnés

2022 : 1424 abonnés

2023 : 1530 abonnés

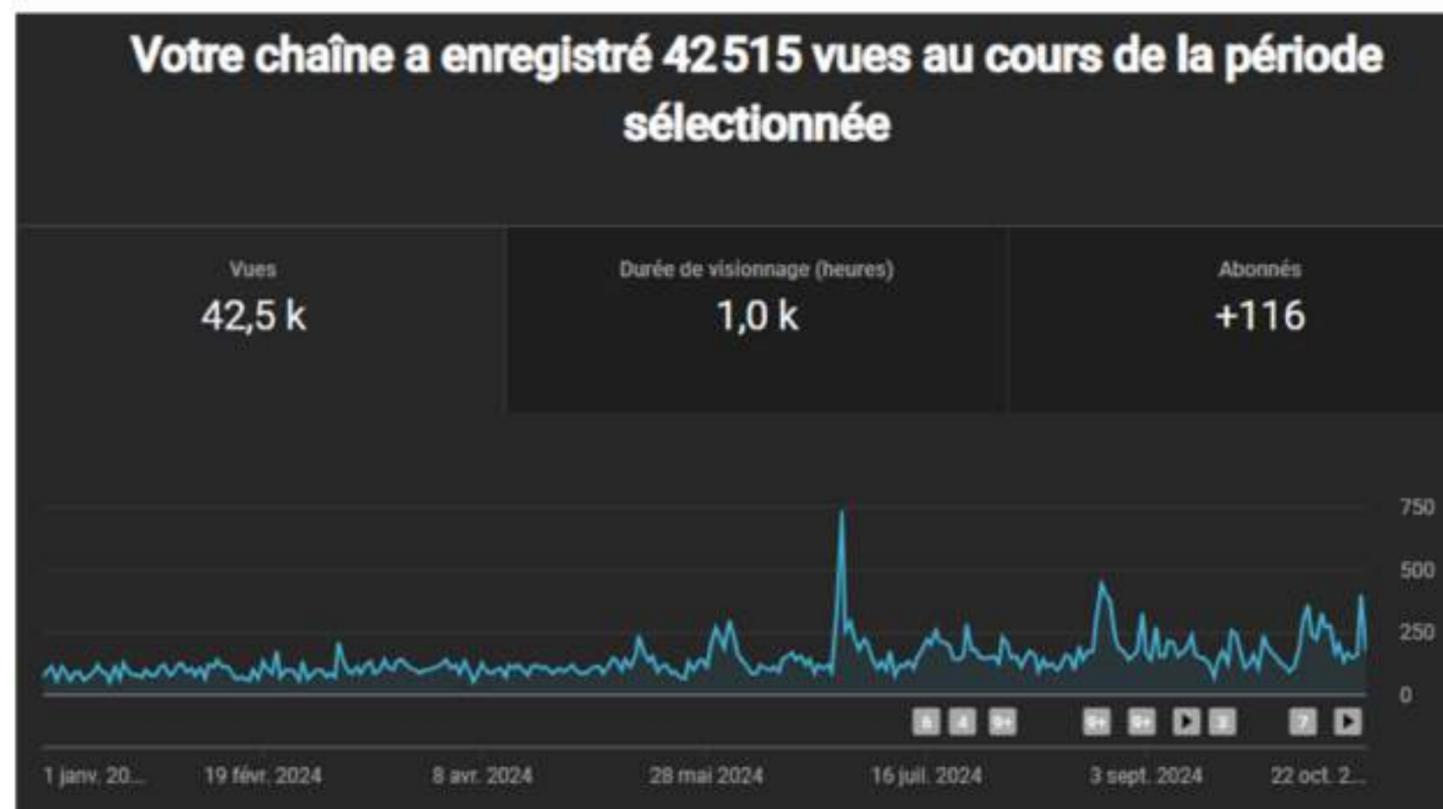
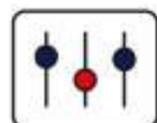
2024 : **1658 abonnés**

+ 128 abonnés

42. 000 vues et 1 000 heures de visionnage



Création de playlists à chaque championnat et pour chaque discipline.



Cet été, vole vers ton Brevet

B

[Afficher la playlist complète](#)

X

207 publications du 1er janvier au 31 décembre 2024



2021 : 1899 abonnés ; 85 publications
2022 : 1921 abonnés ; 58 publications
2023 : 1909 abonnés ; 171 publications
2024 : **1883 abonnés ; 207 publications**



Continuer à accentuer les mentions journalistes, institutions sportives, partenaires qui sont les cibles principales sur X. Bien que ce réseau soit en déclin et ne soit pas majeur au sein de la communauté parachutiste, il ne doit pas être délaissé.

La diminution du nombre d'abonnés s'explique par la transition de Twitter vers "X". La plateforme, acquise par Elon Musk, a connu divers changements, notamment la suppression des comptes inactifs depuis un certain temps. De plus, la controverse entourant "X" a entraîné une réduction de son utilisation et, par conséquent, une baisse du nombre d'abonnés.

SITE INTERNET

121 000 visites du 1er janvier au 31 décembre 2024



Le nombre de visiteurs en 2024 était d'environ 121 000 dont 55% des utilisateurs sur mobile et 45% sur ordinateur, par habitude. Nous imaginons que ce chiffre pourrait être plus élevé si le site était plus adapté à l'usage mobile.

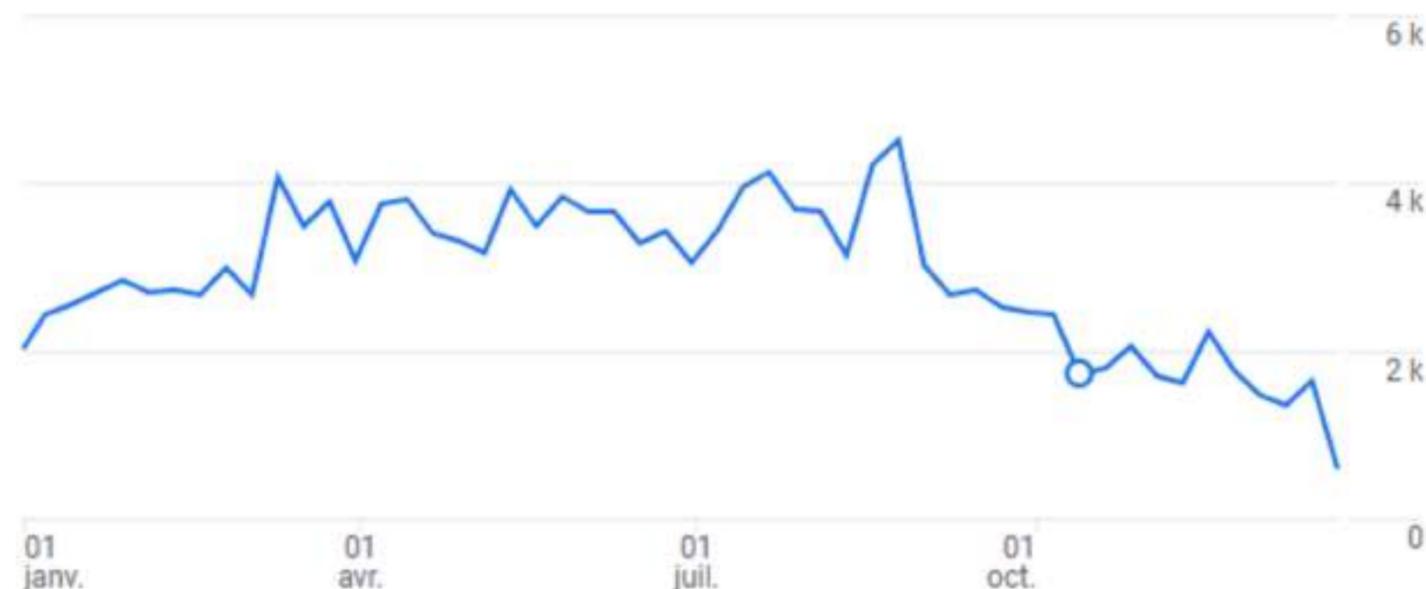
Ce sont **121 000** personnes qui consultent le site FFP pour 60 000 licenciés !

Utilisateurs actifs ?

121 k

Nouveaux utilisateurs ?

119 k



| REQUÊTE DE RECH... | CLICS DANS LA... | VILLE | UTILISATEURS ACTIFS |
|--------------------------|------------------|-----------|---------------------|
| ffp | 89 | Paris | 32 k |
| ffparachutisme | 30 | Ashburn | 4,1 k |
| ffp parachutisme | 26 | Bordeaux | 3,8 k |
| fédération française ... | 26 | Lyon | 3,6 k |
| federation francaise ... | 20 | Marseille | 2,4 k |
| federation de parach... | 11 | Toulouse | 2,2 k |
| ffpara | 10 | Lille | 1,6 k |

CATÉGORIE DE PLATE-FORME ET D'APPAREIL

| CATÉGORIE DE PLATE-FORME ET D'APPAREIL | UTILISATEURS ACTIFS |
|--|---------------------|
| web / mobile | 67 k |
| web / desktop | 53 k |

SYNTHESE

Presse



Retombées issues de la veille presse* 2021-2024

**récapitulatif non exhaustif car excluant certains journaux, radios ou chaînes ne relevant pas de la veille presse à laquelle la Fédération est abonnée.*

2021

187 articles de presse papier
159 articles web
6 diffusions radio
23 reportages tv
Total : 375

2023

177 articles de presse papier
177 articles web
1 diffusion radio
15 reportages TV
Total : 370

2022

173 articles de presse papier
62 articles web
1 diffusion radio
11 reportages tv
Total : 247

2024

217 articles de presse papier
193 articles web
2 diffusions radio
20 reportages TV
Total : 432

Presse

développer la notoriété

- Pour mesurer l'impact d'une action de Relations Presse, on apprécie **l'EAE** - c'est l'équivalence publicitaire qui correspond à la valorisation monétaire des retombées presses obtenues grâce à une action de relations presse.
- En 2024, la Fédération Française de Parachutisme a obtenu 432 retombées presse. ces retombées sont le résultats de l'envoi de 280 communiqués de presse. **C'est donc un ratio positif de 1 à 2 articles pour chaque communiqué envoyé, témoin de l'intérêt des médias !**



Pour obtenir de tels résultats de visibilité, si la FFP avait acheté l'espace qu'elle a occupé dans les médias, du 1er janvier au 31 décembre 2024, elle aurait dû investir 1.550.000 €. *(Ce chiffre est indicatif et n'assure pas que le budget en question aurait permis des articles et reportages télévisés sur des médias nationaux.)*

De plus, cette publicité doit être distinguée des articles de fond, capables de convaincre, d'informer, de sensibiliser. Les retombées médiatiques, à articles égales, ne peuvent donc pas être mesurées dans une valeur monétaire.

Presse

développer la notoriété

- **Autre facteur d'analyse, l'impact éditorial.** Il correspond au **nombre de contacts** qui ont pu lire l'article/ voir le reportage, c'est en somme **une retombée média**. L'audience du support en nombre d'individus est pondérée par l'espace rédactionnel global de l'article.
- Depuis janvier 2024, uniquement presse écrite et web, cet impact éditorial est de **96 millions de personnes.**

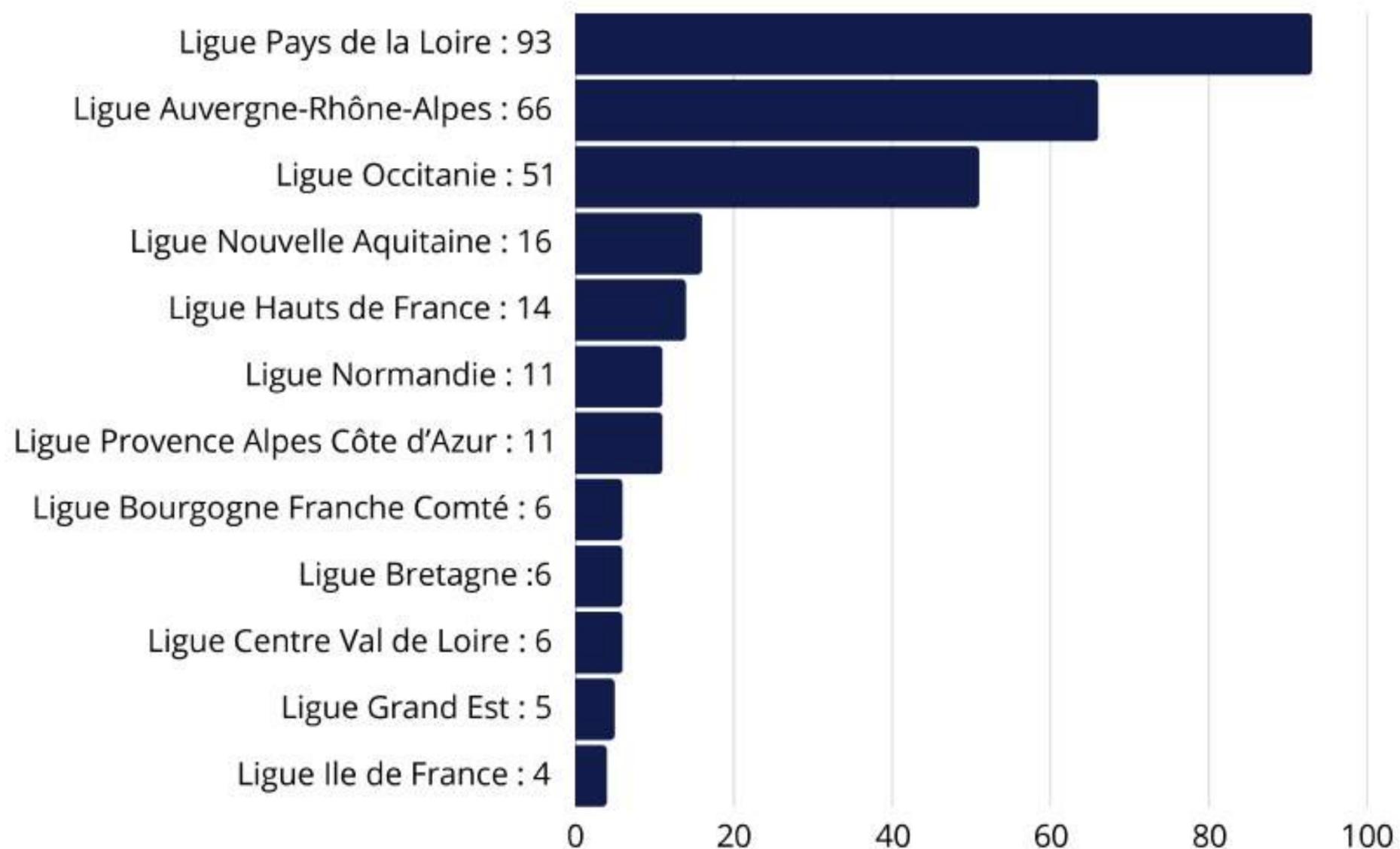


- **Ces chiffres sont sur une courbe croissante et la visibilité de la Fédération reste presque "disproportionnée"** quand on la corrèle à l'actualité mondiale couverte par les médias (guerre, tensions mondiales, Jeux Olympiques et Paralympiques,...)
- Sur les 65 000 licences annuelles, il est nécessaire de rappeler qu'une grande proportion concerne la découverte du parachutisme en tandem. **L'engouement pour la Fédération, découverte de prime abord sur les réseaux sociaux et via la presse, est donc réel et conséquent.**

Presse

développer la notoriété locale

Nous classifions les articles de presse récoltés dans la veille, par ligue concernées. La répartition des sujets amène forcément à un maillage territorial, en fonction des animations, championnats et actions menées sur l'année.



Presse

développer la notoriété

Une couverture d'envergure, avec une répartition par média variée :



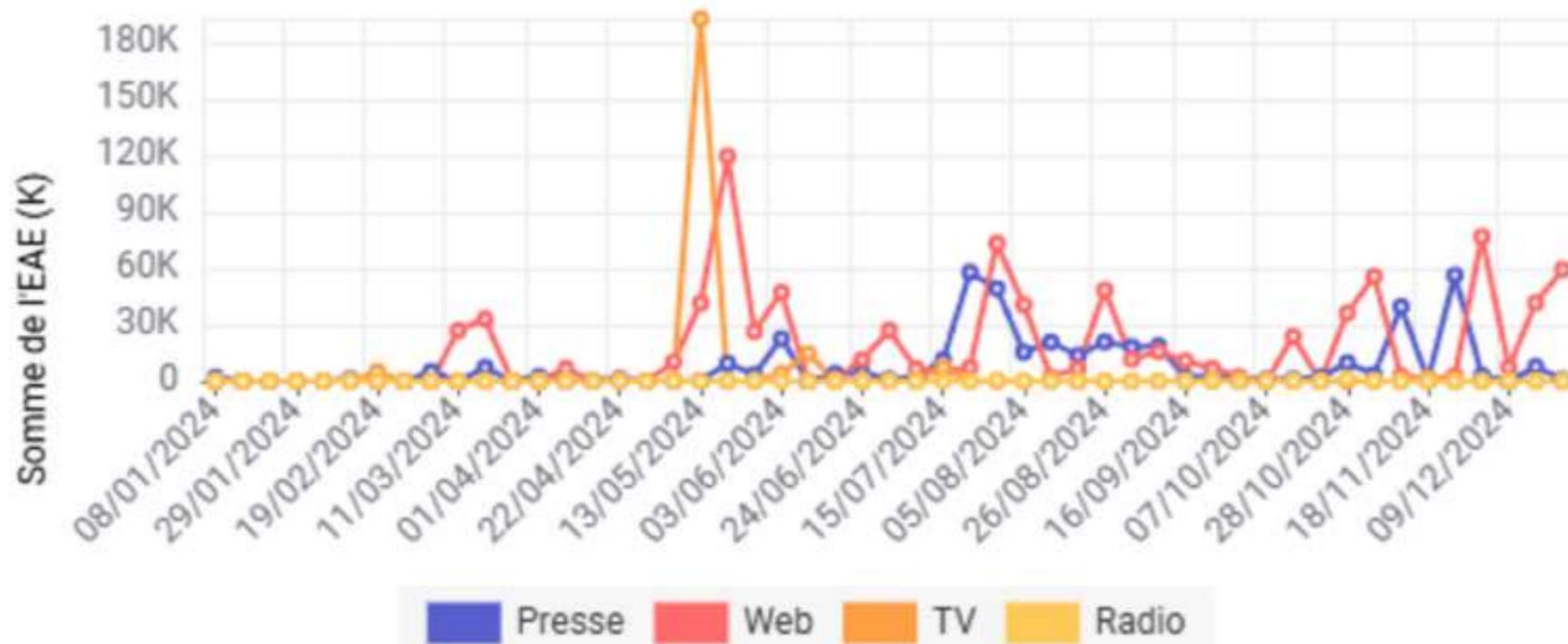
SOMME DE L'EAE

1,55Mn €

SOMME D'AUDIENCE

96,1Mn

Evolution par média



SYNTHESE

“Portrait de ...”



Zoom sur les “Portrait de ...”

révéler les visages du parachutisme

Les “Portraits de” sont une illustration de la stratégie fédérale de **valorisation des acteurs du parachutisme, dans tous ces aspects** : bénévole, technique, sportif, fédéral.

Au delà des résultats et de la communication sur les médailles et les actions sportives, communiquer sous format d’interviews longues est **une opportunité unique de donner la parole à ceux qui font le parachutisme.**

Cette démarche s’adossait parfaitement à la **Grande Cause Nationale 2024**, définie par le Ministère des Sports



**Ce sont les pages du site les plus consultées !
Dernier en date, le portrait d’Eric Simonin avec 327 lectures.
Bonus : les utilisateurs prennent le temps de lire les portraits avec attention**

| | Titre de la page...sse de l'écran | Vues | Utilisateurs actifs | Vues par utilisateur actif | Durée d'engagement moyenne par utilisateur actif |
|-------------------------------------|--|------------------------|------------------------|--|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> | Total | 327 1,38 % du total | 249 5,25 % du total | 1,31 - 73,68 % par rapport à la moyenne | 1 min 10 s - 38,23 % par rapport à la moyenne |
| <input checked="" type="checkbox"/> | 1 Portrait de Éric Simonin – Une curiosité insatiable qui pousse à réaliser ses rêves | 327 | 249 | 1,31 | 1 min 10 s |

Zoom sur les “Portrait de ...” rédigés en 2024



Lire le portrait :
<https://www.ffp.asso.fr/whos-who-jean-michel-poulet/>

127 5 commentaires 7 partages



Lire le portrait :
<https://www.ffp.asso.fr/grande-cause-nationale/whos-who-cristina-azevedo/>

34 1



Lire le portrait :
<https://www.ffp.asso.fr/grande-cause-nationale/whos-who-isabelle-deschamps/>

11 2

Zoom sur les “Portrait de ...” rédigés en 2024



PHILIPPE SCHORNO

Liberté, égalité, fraternité :
la carrière de Philippe Schorno dans le
parachutisme



Lire le portrait :

<https://www.ffp.asso.fr/liberte-egalite-fraternite-la-carriere-de-philippe-schorno-dans-le-parachutisme/>



SOPHIE BERNIER

“Libre toujours, tu chéiras la mer”



Lire le portrait :

<https://www.ffp.asso.fr/sophie-bernier-libre-toujours-tu-cheriras-la-mer/>



RAPHAËL PLANTIN

LES BONNES PRATIQUES EN
MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



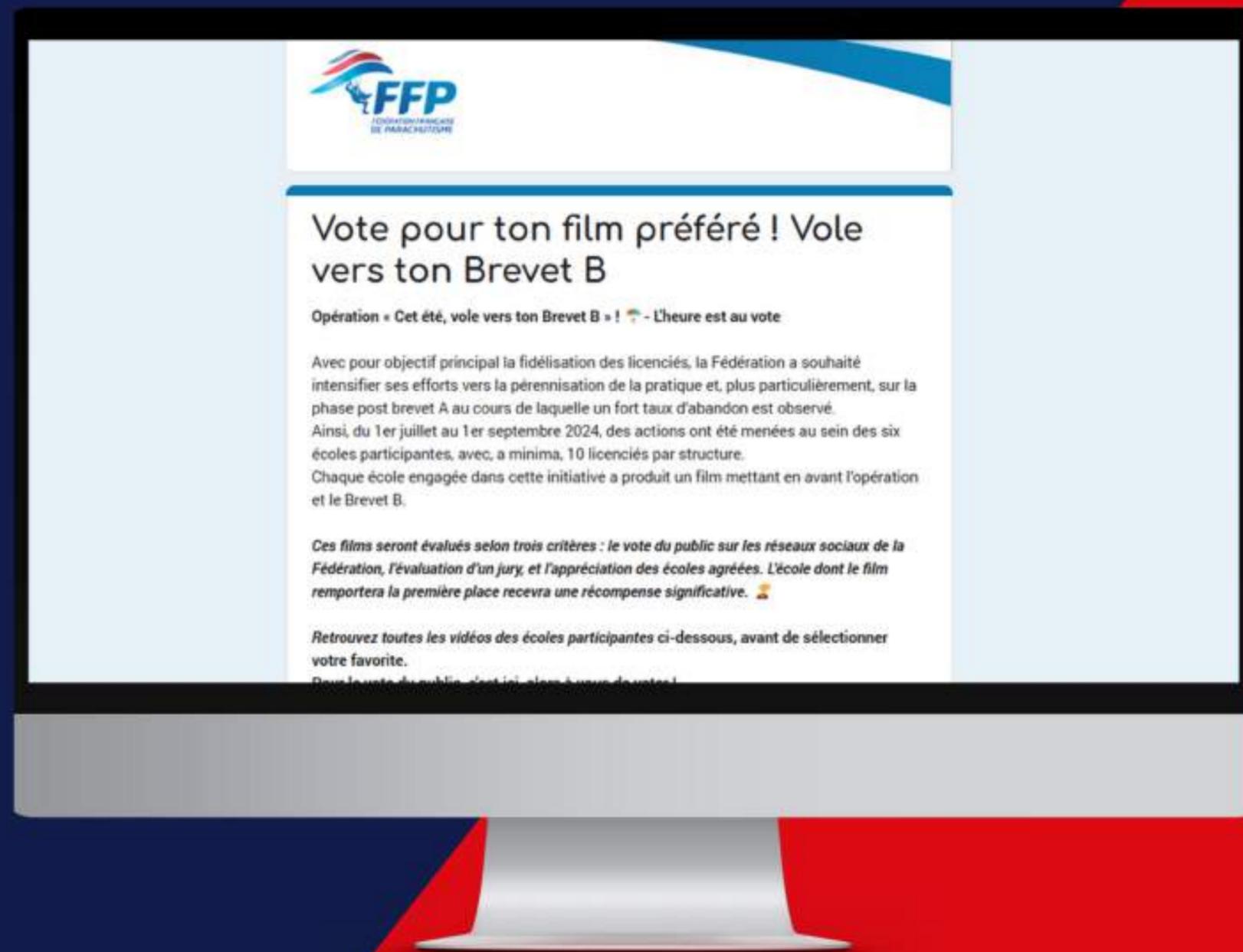
Lire le portrait :

<https://www.ffp.asso.fr/raphael-plantin-directeur-technique-de-lecole-de-parachutisme-de-saumur-les-bonnes-pratiques-en-matiere-de-developpement-durable/>



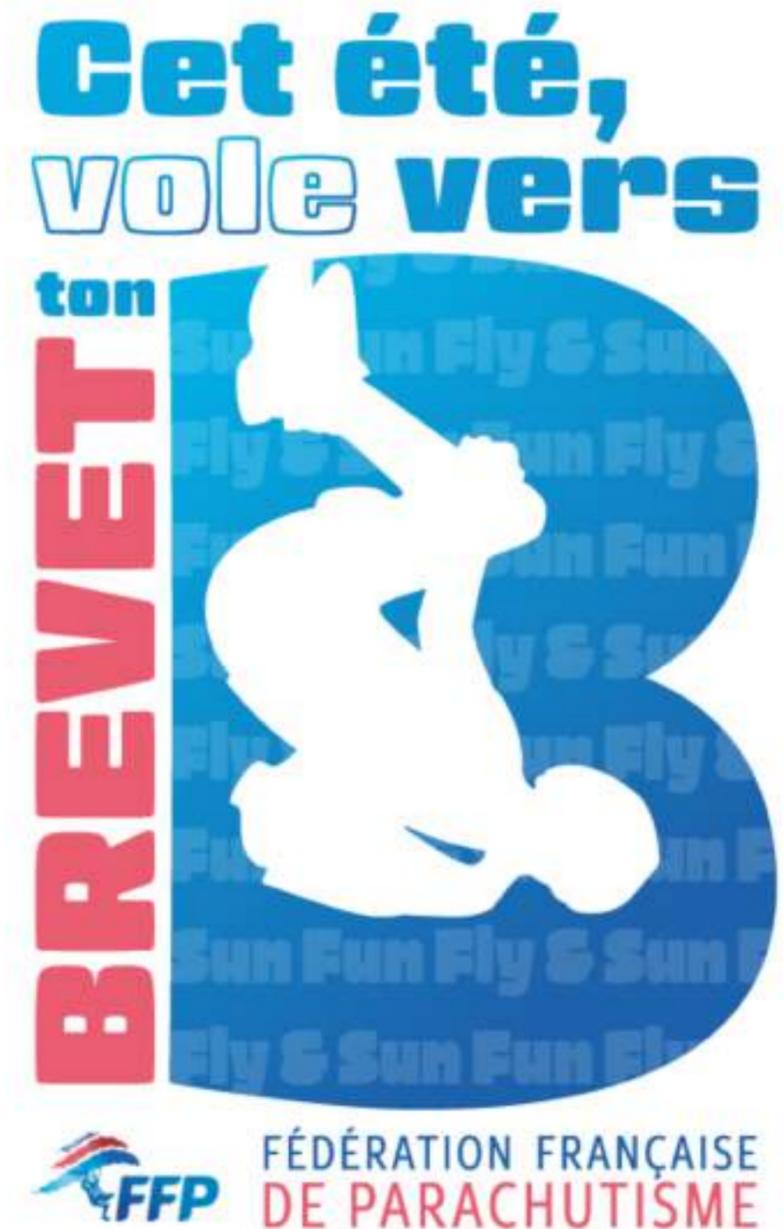
SYNTHESE

Actions spécifiques
transversales pour
fédérer



Zoom sur les créations graphiques

- Création de logos pour des temps forts ou actions transversales



Zoom sur les créations graphiques

- Conception de 18 affiches avec photos en Haute Définition
- Ici, les 9 disciplines avec photo correspondantes



Zoom sur les créations graphiques

- Les 9 affiches des souffleries agréés avec photos en Haute Définition



Zoom sur les créations graphiques

- Création d'une plaque pour les écoles et souffleries agréées
- Création d'une oriflamme
- Gestion des impressions
- Gestion des envois



Zoom sur les créations graphiques

- Flyers et drisses sont à la disposition de l'ensemble des structures françaises



Zoom sur les créations graphiques

- Déclinaison de bannières et de visuels en lien avec les actualités fédérales.



Zoom sur les créations graphiques

- Création de visuels dédiés à chaque événement.



BULLETIN OFFICIEL

2ÈME TRIMESTRE 2024



n° 138



Fédération Française de Parachutisme
62 Rue de Fécamp, 75 012 Paris
Tél : 01.53.46.68.68 - www.ffp.asso.fr

Vous cherchez un article, un communiqué de presse, une actualité vous concernant ? Peut-être le document est-il sur le site internet de la FFP !

Cet été, vole vers ton Brevet B

une action fédératrice pour encourager aux brevets

L'opération « **Vole vers ton Brevet B** », initiée par la Fédération Française de Parachutisme, a fédéré les écoles autour d'une ambition commune et valorisé les actions spécifiques à chaque structure. Un nouvel angle, qui sert un même **objectif fédéral, celui de la démocratisation et de la fidélisation des pratiquants.**

Le Brevet B est le passage obligé pour accéder à un niveau supérieur pour les parachutistes. Après une vingtaine de sauts, il permet de réaliser des figures dans les trois dimensions, et d'acquérir une confiance certaine sous voile. C'est un passeport d'accession aux disciplines en autonomie technique. L'idée était de susciter un intérêt fort et d'accentuer la communication sur une phase particulière du parachutisme, en réponse aux nombreux abandons constatés après validation du Brevet A. Lors des congrès annuels fédéraux, des travaux avaient justement été menés concernant la **refonte du brevet B**. C'est dans la continuité de cette réforme que l'opération a été lancée.

**Cet été,
vole vers**

ton

BREVET

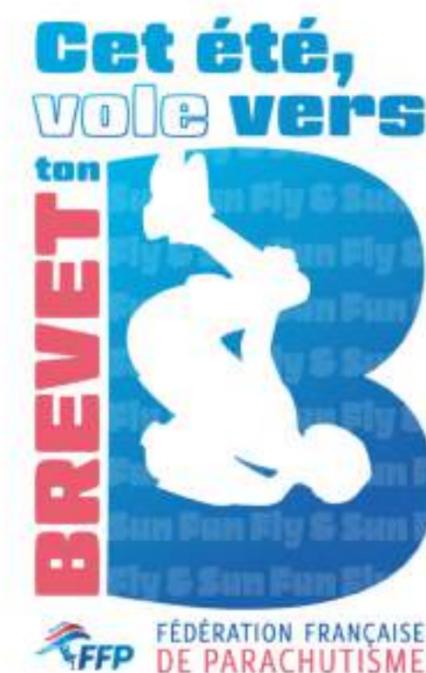


FÉDÉRATION FRANÇAISE
DE PARACHUTISME

Zoom sur “Cet été, vole vers ton Brevet B”

une action fédératrice pour encourager aux brevets

- Création d'une page mère -accessible dès la page d'accueil- et d'un slider sur le site Internet.
- Création d'un logo.
- Envoi d'un communiqué de presse “La Fédération Française de Parachutisme lance l'opération ‘Cet été, vole vers ton Brevet’”, à **2 641 journalistes et médias**.
- Des **dizaines de publications** sur les réseaux sociaux de la Fédération (lancement de l'opération, rappel des consignes, partage des comptes rendus des écoles participantes,...).
- Récole des vidéos et comptes rendus des six écoles participantes. Dépôt et partage sur YouTube puis, sur le site internet, Facebook, X, LinkedIn et en story Instagram.
- Création d'une playlist YouTube recensant toutes les vidéos.
- Création de trois formulaires **Google Form** : pour le vote du public, du jury et des écoles et clubs.



Zoom sur Octobre Rose

sensibiliser et agir

- Création d'une page mère -accessible dès la page d'accueil- et d'un slider sur le site Internet.
- **Envoi, par deux fois, de l'information, par mail, à toutes les Ligues, écoles et souffleries agréées soit 225 contacts pour les informer ET demander des contenus.**
- **Deux publications Facebook, LinkedIn et site internet** pour sensibiliser les écoles, ligues et clubs de la FFP, afin de nous faire part des actions prévues.
- **Publications sur les actualités de :** Skydive Maubeuge, l'Ecole Française de Parachutisme de Lille Bondues, Centre Ecole de Parachutisme de Grenoble, l'Ecole de Parachutisme d'Agen et le Centre Ecole de Parachutisme Sportif de l'Ariège.
- Changement des photos de profil Facebook et Instagram.
- Envoi d'un communiqué de presse à 1248 journalistes et médias.
+ Envois ciblés à 305 journalistes et médias des trois départements (09, 38, 59) concernés informations transmises (dans les temps) par Lille, Maubeuge, Grenoble et Pamiers.



REVUE DE PRESSE



23 oct. 2024

Octobre rose : sauter en parachute pour "trouver du positif dans le négatif"

le dauphiné

23 oct. 2024

Girl Is'here : des sauts en parachute pour parler de la lutte contre le cancer



SYNTHESE

La présence de
Phoebus en “live”



Communiquer en live

apporter plus de visibilité

- En accord avec la stratégie fédérale et les temps forts de l'année sportive, l'agence de communication Phoebus a été mobilisée sur 5 évènements :
- Cahors - World Cup Series, du 30 mai au 2 juin 2024
- Pujaut - Animation Fédérale de Disciplines Artistiques, du 25 au 27 juin 2024
- Laval -Animation Ascensionnel, du 22 au 24 juillet 2024
- Saumur- Animation Vol Relatif, du 15 au 17 juillet 2024
- JO Paris 2024 - Animation sur le Pôle France, les 10 et 11 août 2024

Ces déplacements ont amené une visibilité décuplée sur ces périodes, avec, forcément, de nombreux rédactionnels et contenus déposés sur les outils fédéraux.

Côté chiffres, ce sont entre 24 000 et 150 000 personnes qui ont vu les actualités de la FFP, uniquement sur les réseaux sociaux sur ces temps forts. Au total sur ces périodes, ce sont 649 abonnés gagnés et +18 000 personnes qui ont interagi avec la FFP.

ZOOM SUR CAHORS



Skydive World Cup Series

du 30 mai au 2 juin 2024

En amont :

- **1** Dossier de Presse
- **1** Invitation Presse
- **1** Save the Date
- **1** Communiqué de Presse
- **1** Pour Mémoire

Durant l'événement :

- **77** publications Facebook
- **1** publication "récap" Instagram
- **36** stories
- **11** interviews réalisées en direct et montées in situ
- **3** publications LinkedIn
- **9** publications X
- **3** communiqués de Presse

CAHORS



CAHORS

Couverture ①
149,9 K ↑ 969,5 %

Vues de 3 secondes ①
47,4 K ↑ 6,7 K %

Vues de 1 minute ①
5,2 K ↑ 522,6 K %

Minutes vues ①
16 j 5 h ↑ 11,0 K %

Interactions avec le contenu ①
8,7 K ↑ 1,4 K %



Répartition de la couverture

30 mai - 3 juin

Total
149 854 ↑ 969,5 %

Des followers
7 134 ↑ 51 %

Des non-followers
144 945 ↑ 1,5 K %

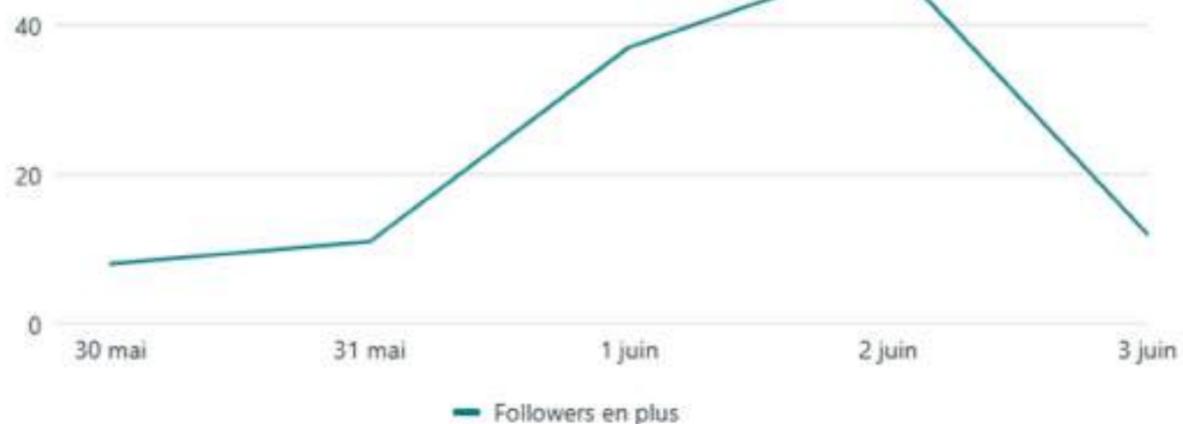
Couverture : 149.9 k, soit + 969.5 %
Abonnés : + 117, soit + 2.8 k %
Interactions : 8.7 k, soit + 1.4 k %

Followers en plus ①
117 ↑ 2,8 K %

Spectateur(ice)s récurrent(e)s ①
277 ↑ 100 %

Followers actifs ①
1,1 K ↑ 100 %

D'après les 28 derniers jours



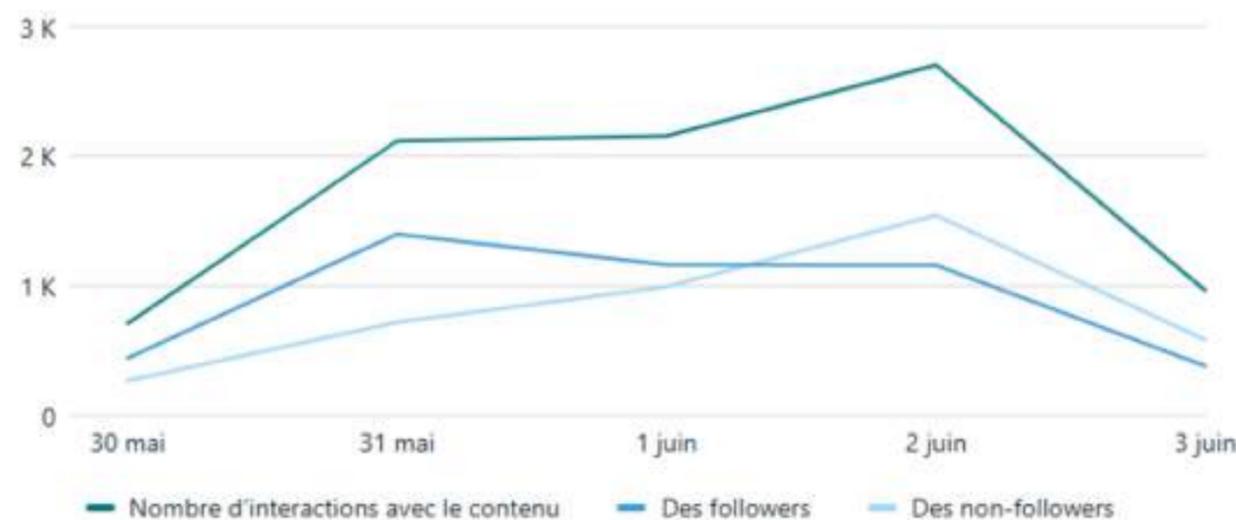
re ①
3 ↑ 969,5 %

Vues de 3 secondes ①
47,4 K ↑ 6,7 K %

Vues de 1 minute ①
5,2 K ↑ 522,6 K %

Minutes vues ①
16 j 5 h ↑ 11,0 K %

Interactions avec le contenu ①
8,7 K ↑ 1,4 K %



Répartition des interactions

30 mai - 3 juin

Total
8 651 ↑ 1,4 K %

Des followers
4 543 ↑ 900,7 %

Des non-followers
4 108 ↑ 2,8 K %

ZOOM SUR PUJAUT

Animation Fédérale de Disciplines Artistiques

du 25 au 27 juin 2024

En amont :

- 1 Dossier de Presse
- 1 Invitation Presse
- 1 Save the Date
- 1 Communiqué de Presse
- 4 Envois ciblés

Durant l'événement :

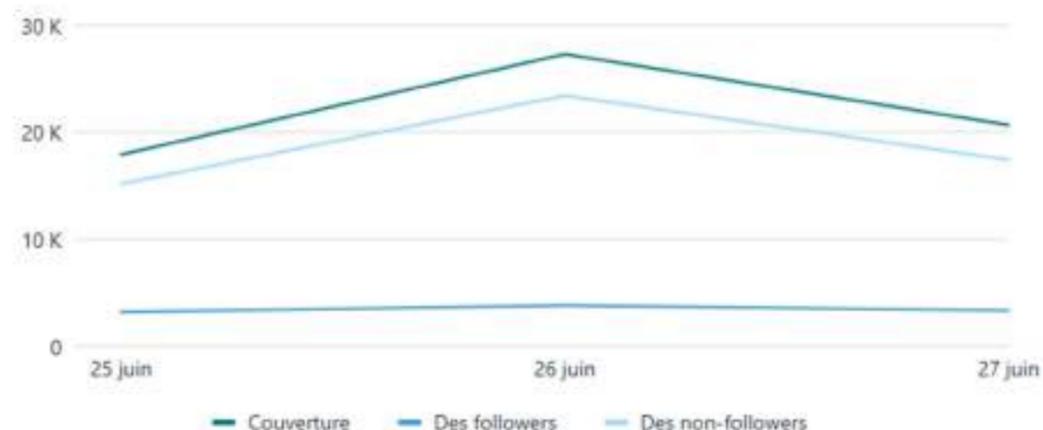
- 26 publications Facebook
- 4 publication Instagram
- 5 stories
- 8 interviews réalisées en direct et montées in situ
- 3 vidéos YouTube (des sauts)
- 21 publications LinkedIn
- 22 publications X

PUJAUT



PUJAUT

Couverture 58,1 K ↑ 50,1 %
Vues de 3 secondes 36,5 K ↑ 34,1 %
Vues de 1 minute 7 K
Minutes vues 14 j 5 h



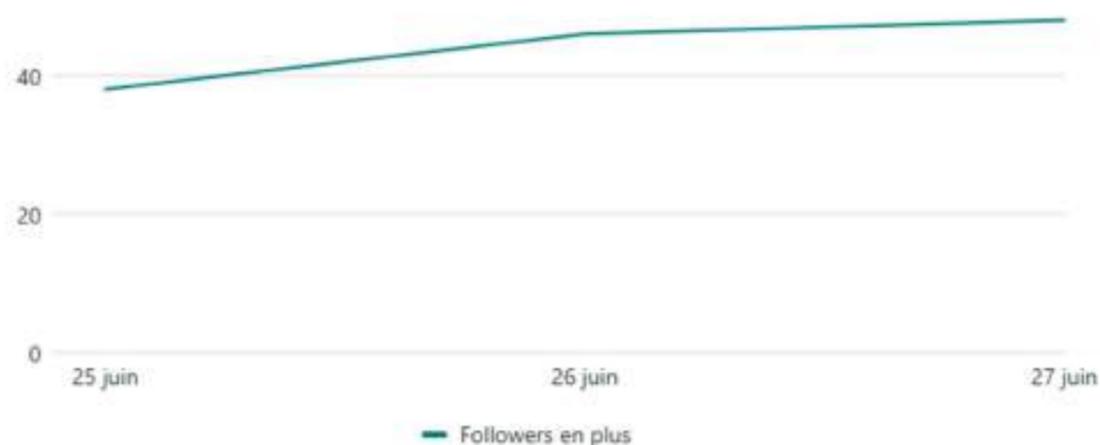
Interactions avec le contenu < ↑ 48,7 %

Répartition de la couverture
25 juin - 27 juin
Total 58135 ↑ 50,1 %
Des followers 5398 ↑ 195 %
Des non-followers 52847 ↑ 42,2 %

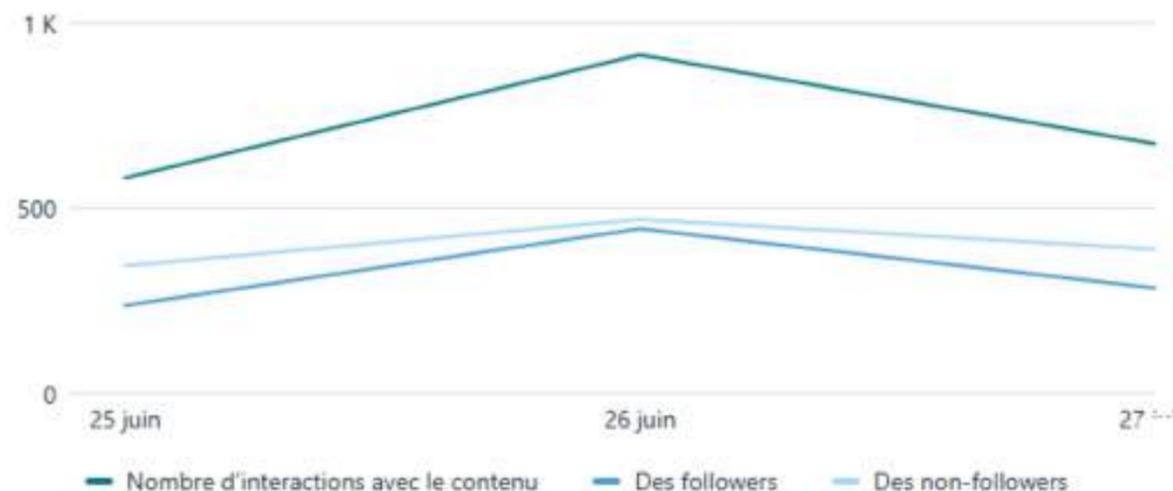
Couverture : 58.1 k, soit + 50.1 %
Abonnés : + 132
Interactions : 2.2 k, soit + 48.7 %

Followers en plus 132
Spectateur(ice)s récurrent(e)s 46
Followers actifs 812 ↑ 59,2 %

D'après les 26 derniers jours



Couverture 58,1 K ↑ 50,1 %
Vues de 3 secondes 36,5 K ↑ 34,1 %
Vues de 1 minute 7 K
Minutes vues 14 j 5 h



Interactions avec le contenu 2,2 K ↑ 48,7 %

Répartition des interactions
25 juin - 27 juin
Total 2167 ↑ 48,7 %
Des followers 965 ↑ 340,6 %
Des non-followers 202 ↓ 2,9 %

ZOOM SUR SAUMUR



Animation Fédérale de Vol Relatif

du 15 au 17 juillet 2024

En amont :

- **1** Dossier de Presse
- **1** Invitation Presse
- **1** Save the Date
- **12** Envois ciblés

Durant l'événement :

- **36** publications Facebook
- **5** publication Instagram
- **19** stories
- **16** portraits des stagiaires rédigés sur place
- **3** interviews réalisées en direct et montées in situ
- **8** vidéos YouTube
- **24** publications LinkedIn
- **25** publications X

SAUMUR



SAUMUR

Couverture 101,1 K ↑ 86,8 %
Vues de 3 secondes 28,3 K ↑ 36,1 %
Vues de 1 minute 4,8 K ↑ 48,2 %
Minutes vues 11j 2 h ↑ 32,4 %
Interactions avec le contenu 4,1 K ↑ 266 %



Répartition de la couverture

15 juil - 19 juil

Total

101051 ↑ 86,8 %

Des followers

7189 ↑ 81,6 %

Des non-followers

94881 ↑ 87 %

Couverture : 101.1 k, soit + 86.8 %

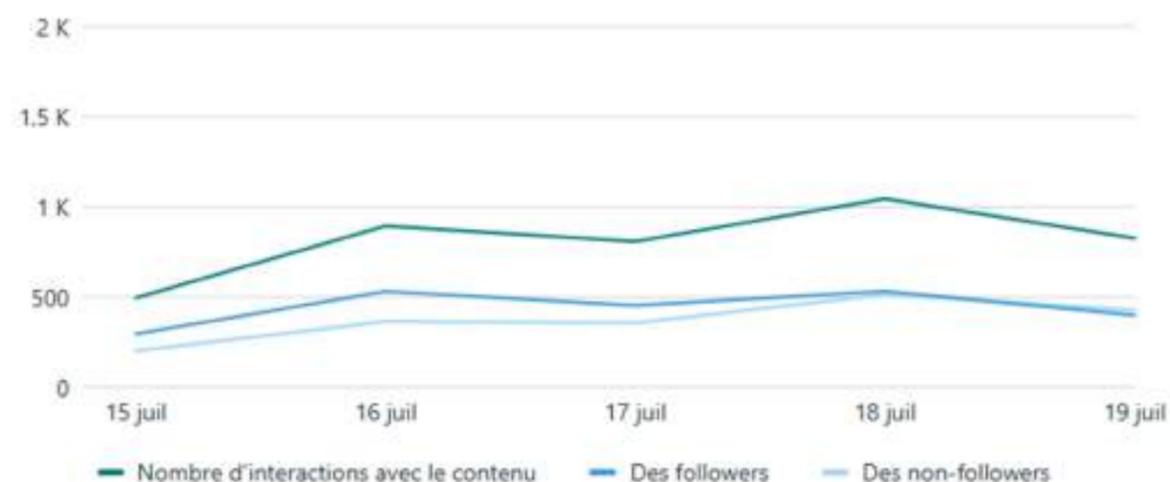
Abonnés : + 168

Interactions : 4.1 k, soit + 266 %

Followers en plus 168 ↑ 40 %
Spectateur(s) récurrent(e)s 59
Followers actifs 799 ↑ 83,3 %
D'après les 28 derniers jours



Couverture 101,1 K ↑ 86,8 %
Vues de 3 secondes 28,3 K ↑ 36,1 %
Vues de 1 minute 4,8 K ↑ 48,2 %
Minutes vues 11j 2 h ↑ 32,4 %
Interactions avec le contenu 4,1 K ↑ 266 %



Répartition des interactions

15 juil - 19 juil

Total

4063 ↑ 266 %

Des followers

2205 ↑ 432,6 %

Des non-followers

1858 ↑ 167 %

ZOOM SUR LAVAL



Animation Fédérale d'Ascensionnel

du 22 au 24 juillet 2024

En amont :

- **1** Dossier de Presse
- **1** Invitation Presse
- **1** Communiqué de Presse
- **2** Envois ciblés

Durant l'événement :

- **27** publications Facebook
- **3** publication Instagram
- **27** stories
- **7** portraits des stagiaires rédigés sur place
- **3** interviews réalisées en direct et montées in situ
- **19** publications LinkedIn
- **19** publications X

LAVAL





Couverture ⓘ

43,4 K

Vues de 3 secondes ⓘ

16,8 K

Vues de 1 minute ⓘ

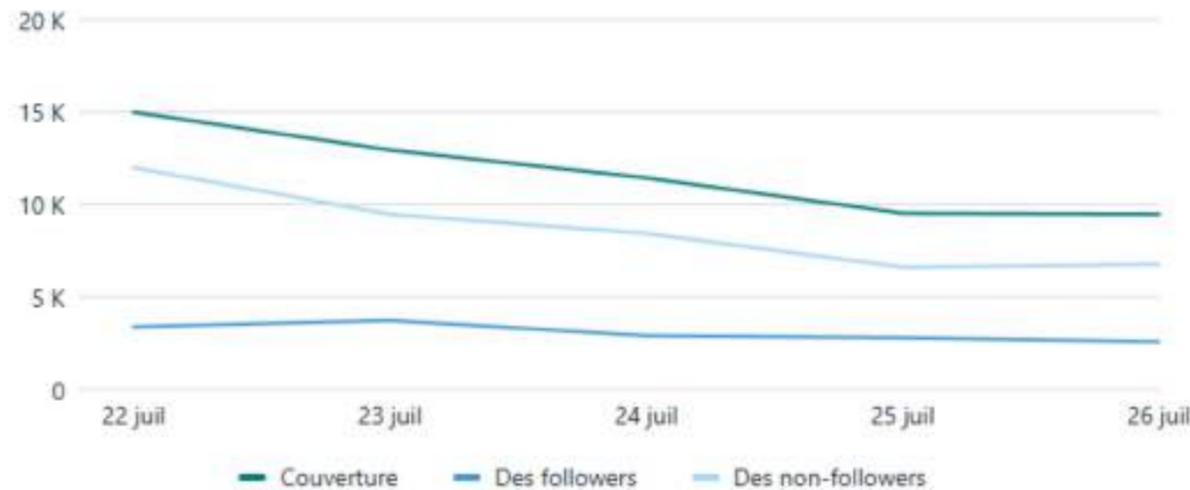
5,5 K

Minutes vues ⓘ

9j 6h

Interactions avec le contenu ⓘ

2,4 K



Répartition de la couverture

22 juil - 26 juil

Total

43 372

Des followers

6 352 ↑ 11,5 %

Des non-followers

37 425

Couverture : 43.4 k

Abonnés : + 167

Interactions : 2.4 k

Followers en plus ⓘ

167

Spectateur(ice)s récurrent(e)s ⓘ

89

Followers actifs ⓘ

911 ↑ 7,4 %

D'après les 28 derniers jours



Couverture ⓘ

43,4 K

Vues de 3 secondes ⓘ

16,8 K

Vues de 1 minute ⓘ

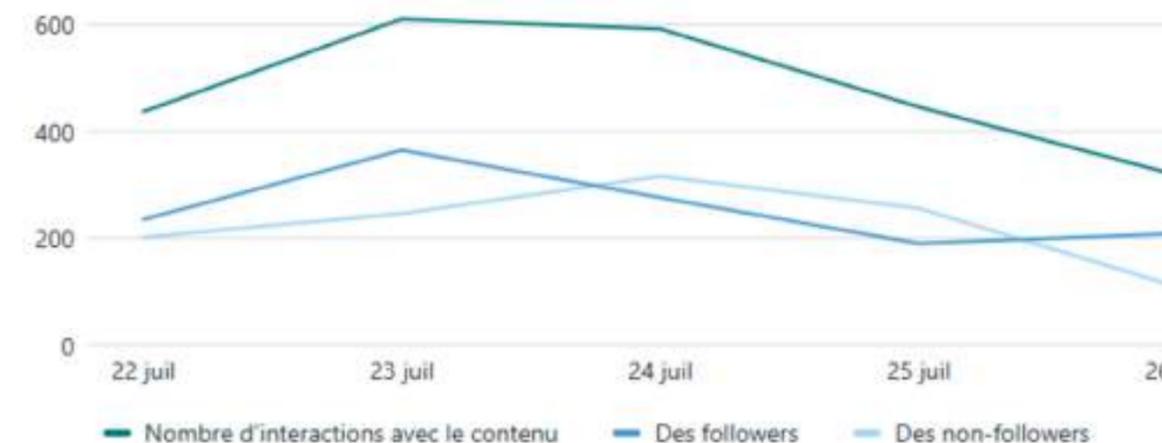
5,5 K

Minutes vues ⓘ

9j 6h

Interactions avec le contenu ⓘ

2,4 K



Répartition des interactions

22 juil - 26 juil

Total

2 404

Des followers

1 275

Des non-followers

1 29 ↓ 39,7 %

ZOOM SUR PARIS



Club France : Jeux Olympiques

les 10 et 11 août 2024

En amont :

- **1** Save the Date
- **1** Communiqué de Presse
- **1** Pour Mémoire
- **9** stories
- **7** publications Facebook
- **4** publications Instagram
- **6** publications X
- **7** publications LinkedIn

Durant l'événement :

- **19** publications Facebook
- **18** publications Instagram
- **33** stories
- **3** interviews réalisées en direct et montées in situ
- **2** vidéos YouTube
- **19** publications LinkedIn
- **10** publications X

PARIS



PARIS



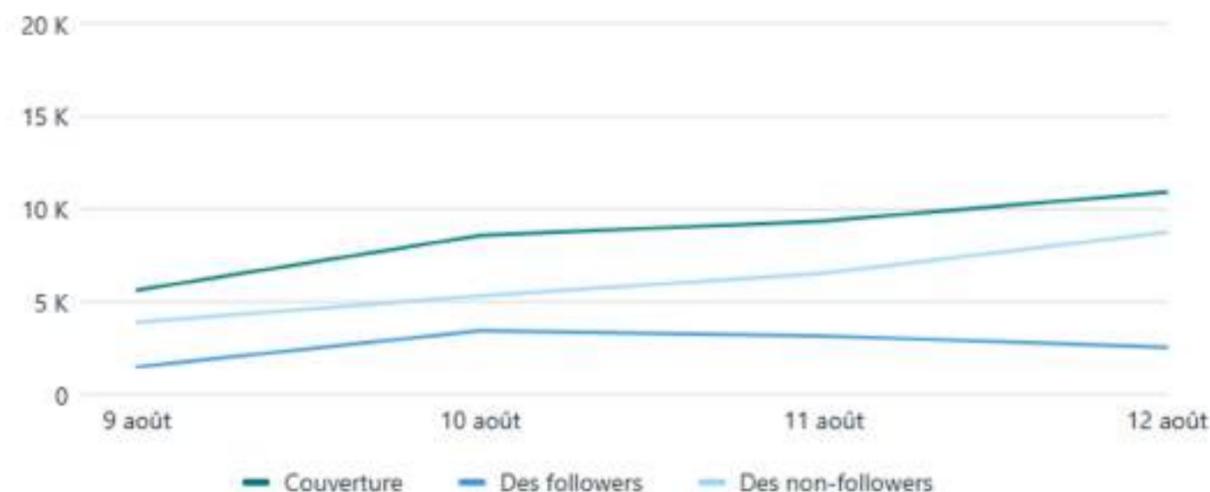
Couverture ⓘ
25,3 K

Vues de 3 secondes ⓘ
8,6 K

Vues de 1 minute ⓘ
1,7 K

Minutes vues ⓘ
4 j

Interactions avec le contenu ⓘ
1,5 K ↑ 29,2 %



Répartition de la couverture

9 août - 12 août

Total

25 263

Des followers

5 147 ↑ 36,9 %

Des non-followers

20 896

Couverture : 25.3 k

Abonnés : + 52

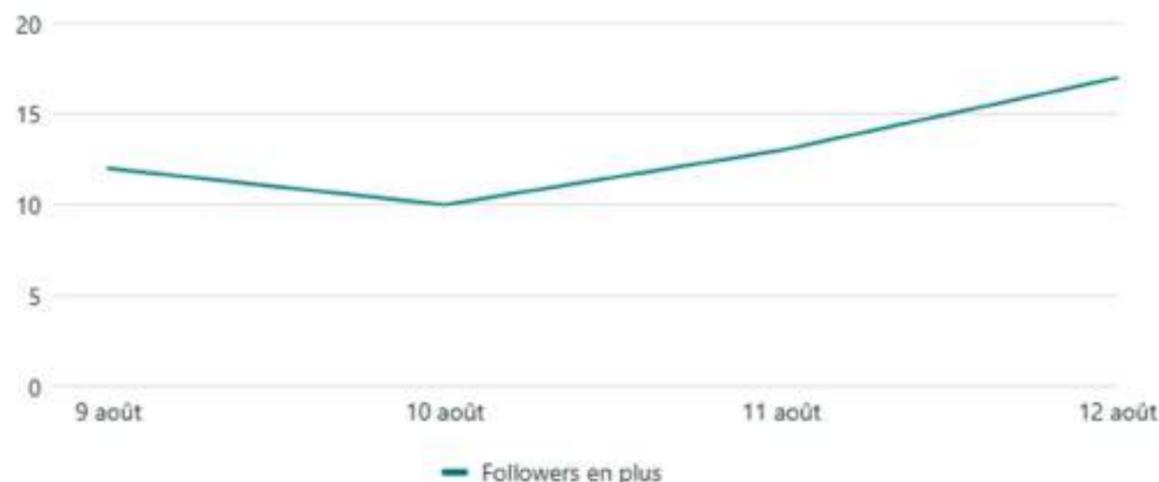
Interactions : 1.5 k, soit + 29.2 %

Followers en plus ⓘ
52

Spectateur(ice)s récurrent(e)s ⓘ
48 ↑ 60 %

Followers actifs ⓘ
763 ↑ 14,2 %

D'après les 28 derniers jours



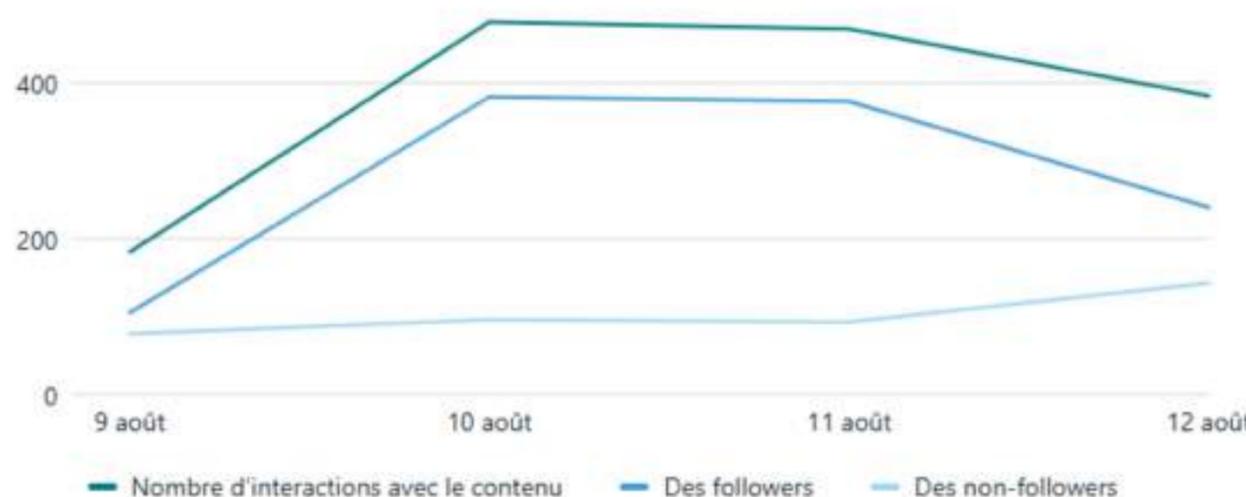
Couverture ⓘ
25,3 K

Vues de 3 secondes ⓘ
8,6 K

Vues de 1 minute ⓘ
1,7 K

Minutes vues ⓘ
4 j

Interactions avec le contenu ⓘ
1,5 K ↑ 29,2 %



Répartition des interactions

9 août - 12 août

Total

1 513 ↑ 29,2 %

Des followers

1 103 ↑ 179,2 %

Des non-followers

410

ANALYSE MÉDIATIQUE



Du 1er janvier au 31 décembre 2024

Action de communication et analyse par

