

## Evolution des Organisations Fédérales

Qu'il s'agisse de l'organisation de finales de Coupes de France Jeunes en régions, ou de la mise en place d'une Ligue Mondiale à Bercy, il est primordial pour la Fédération de gérer au mieux ses organisations. Public, équipes en lice, médias, les organisations fédérales sont tout simplement la vitrine de la fédération, et la partie visible de l'iceberg. Réussir les organisations fédérales, c'est avant tout se fédérer et mobiliser tous les acteurs du volley-ball autour d'un projet commun.

« Il est indispensable aujourd'hui que la France organise de grandes compétitions. Quelle que soit la discipline, accueillir sur le territoire français un événement de niveau international offre une vitrine conséquente à la Fédération et à la discipline, tant au niveau des médias que des pratiquants.

Bien qu'il soit difficile de les quantifier, les dernières organisations françaises ont apporté des retombées dépassant à chaque fois les attentes (Athlétisme, Rugby, Handball).

Concernant la volonté, exprimée par la Fédération, de développer le nombre de licenciés et de doper le sponsoring, il s'agit sans aucun doute de la méthode la plus efficace. Celle-ci devant être soutenue par une organisation maîtrisée et une forte implication des clubs et des ligues et comités régionaux. De plus, il est indéniable que depuis la Coupe du Monde de Football en 1998, l'adhésion des français est devenue réelle, apportant en complément un capital sympathie non négligeable. Enfin, une organisation réussie serait aussi un moyen très efficace pour fédérer davantage la grande famille du volley-ball français. Pour ce qui est du beach volley, le contexte est différent dans la mesure où l'organisation des compétitions nécessite à chaque fois la construction d'un site. Ceci confère un caractère événementiel quasi permanent, l'approche étant forcément différente, comme elle l'est dans le cas du Tennis.

La majorité des compétitions de beach volley sont financées par des sponsors. La nature du sport elle-même l'impose, et le schéma est identique dans le monde entier, que ce soit au niveau des circuits nationaux (exemple du circuit américain qui appartient à une structure 100% privée) comme au niveau du circuit mondial ou européen. Ceci impose une attention particulière envers les différentes demandes des partenaires (sponsors et médias).

En 10 ans, le beach s'est imposé comme un des sports les plus médiatiques et glamours sur la plage. Il est maintenant indispensable que la base suive pour que son implantation devienne solide et pérenne (écoles de beach, sites permanent, etc.). C'est ici que doivent se rejoindre promoteurs et fédération, afin de construire le beach volley du futur, l'un ne pouvant aller sans l'autre. Le travail à fournir est conséquent mais certainement passionnant.

Personnellement, je ne connais pas d'autre discipline qui n'existait pas il y a 15 ans et qui représente un tel potentiel. »

**Marc Crousillat, Président de M.C.O.**

ÉTATS GÉNÉRAUX  
du Volley Ball Français

LYON-VILLEURBANNE • 25/27 JANVIER 2008

**"Vous êtes acteurs du Volley-ball français, vous vous sentez concernés par le devenir de votre sport, vous devez être présents à Lyon pour ces Etats Généraux."**

**Gil Pellan, Président de la FFVB**

