

OSIRIS

Pour commencer, il me semble pertinent de préciser que la Communication n'est pas une science exacte, différentes théories, différents mouvements alimentent les réflexions et les démarches de création des nombreuses Agences qui existent à travers le Monde.

Néanmoins, il est vérifiable que la Communication évolue avec la société. Ce qui était vrai, ce qui fonctionnait à une époque, s'avère dépassé à l'heure actuelle.

Chez « OSIRIS Conseil », nous recherchons sur chacun de nos dossiers à assembler Pragmatisme et Imagination :

- Le pragmatisme car il nous permet d'appréhender le fonctionnement des individus qui constituent la cible du support que nous devons valoriser,

- L'imagination car nous ne devons jamais considérer les choses comme immuables. Au contraire, nous devons croire en la possibilité de déplacer l'opinion d'un ensemble d'individus d'un point A à un point P.

On m'a demandé d'intervenir sur comment se construit l'image d'une discipline dans la société C'est une bonne question.

Ce qui sûr, c'est que nous vivons dans un Monde de communication, tout le monde peut communiquer et nous le faisons tous plus ou moins bien.

Construire son image de manière pertinente est une démarche essentielle en Marketing car un mauvais positionnement a toujours des conséquences sur le moyen voir le long terme !

Sans rentrer dans les différences majeures qui peuvent exister dans la construction d'un plan de communication pour une entreprise, pour une célébrité ou pour une association caritative, nous pouvons tout de même admettre les 2 principes :

- La société est constituée d'individus et de groupe d'individus,
- Chaque individu possède sa propre expérience et sa propre vision des choses qui l'entourent,

Cela implique donc que chacun d'entre nous appréhende plus ou moins différemment un message, une information, une publicité ou encore une action.

Notre perception des produits, des sociétés, de la Politique ou d'une discipline comme l'EPS se fait par l'intermédiaire d'un filtre que nous pourrions symboliser par une paire de lunettes. Je m'explique.

Une paire de lunettes modifie votre vision en fonction de la densité constitutive du verre optique.

En communication, nous pouvons dire que ce verre est constitué de plusieurs couches :

- La mémoire collective
- L'expérience de l'individu
- Sa réflexion
- Sa sensibilité & sa réceptivité aux messages

La construction de l'image d'une discipline comme l'EPS reprend ce schéma :

- L'Histoire de la France a construit en partie l'image de l'EPS dans notre mémoire collective,
- Chacun d'entre nous a ensuite vécu sa propre confrontation à la discipline,

- Puis, chaque individu a, en fonction de sa propre réflexion, répertorié l'EPS dans son esprit en l'associant à différents adjectifs, différentes valeurs et différentes émotions ainsi qu'à une **notion d'utilité** plus ou moins légitime (que l'on échelonnera de ludique à éducative),
- Pour finir, tout au long de sa vie, l'individu modifiera plus ou moins sa vision de la discipline en fonction de sa sensibilité vis-à-vis des messages d'information et des messages publicitaires qui lui parviendront.

L'individu déplacera l'image qu'il a de l'EPS en fonction de sa capacité à recevoir et à intégrer de nouvelles informations, de nouvelles valeurs associées à la discipline ainsi qu'aux changements qui interviendront durant son existence sur son quotidien, sur ses proches, dans son corps et dans sa réflexion...

Dans un second temps, on m'a demandé de me prononcer sur les blocages qui ne permettent pas à l'EPS d'avoir une image plus juste dans les médias ?

C'est une délicate question... je n'aimerais pas froisser mon assemblée...

En fait, suite à ce que nous venons de voir ensemble et après l'étude que nous avons menée en amont de la construction du plan de communication pour les EPSiliades, je dirai que, en France, le principal blocage qui ne permet pas à l'EPS d'occuper une place pertinente au sein de notre réflexion éducative ni de parler d'une voix plus forte dans les médias réside dans le fait que l'EPS n'a jamais réussi à :

- se positionner, à s'imposer auprès des parents et des pouvoirs publics comme un atout de développement et de réussite pour nos enfants, pour notre pays, pour notre avenir.

Je m'explique... Lorsque l'on cible le grand public sur la question « Qu'elle image avez-vous de l'EPS », nous recensons 3 remarques, essentielles à notre réflexion :

- Premièrement, l'EPS semble n'être qu'un défouloir, un simple moment de détente pour les enfants. Sous-entendu, ils sont plus attentifs après pour les enseignements scientifiques et littéraires...,
- Deuxièmement, l'EPS semble déconnectée du Sport dans une société où celui-ci occupe une grande partie de l'espace médiatique,
- Troisièmement, l'EPS a une image d'activité ludique au milieu de disciplines éducatives jugées plus légitimes (les maths, la géo, etc.).

Pourtant, et c'est là **une des définitions** de la « communication », il est possible de changer la volonté et la vision d'autrui à travers un transfert de croyances et d'opinions ».

C'est là tout le rôle d'une Agence de Communication ! Pour cela, nous devons :

- Définir le plus précisément possible à qui doit s'adresser le message,
- Décrypter les codes qui construisent actuellement l'image de l'EPS,
- Créer et mettre en place de nouveaux codes, de nouveaux chemins utilisables par chaque individu afin que chacun déplace sa vision de la discipline.

Pour finir, voici quelques mots sur la manière dont nous avons procédé ?

Dans un premier temps, nous avons dû clairement définir quelles étaient **les** cibles.

Pour cela, nous avons lancé deux questionnaires :

- l'un sur les enseignants en EPS qui nous a apporté des éléments de construction pour les visuels de la « **Communication interne** ».

- l'autre sur des individus hors EPS (parents d'élèves, étudiants, adultes sans enfant, retraités...) qui nous a apporté des éléments de construction pour les visuels de la « **Communication externe** ».

Après un travail d'analyse et de réflexion, nous avons **proposés** un plan de communication sous l'appellation « **EPSiliades** » avec un planning à suivre, l'utilisation des technologies modernes (internet, téléphone, réseaux sociaux...), la définition des lieux et des personnes à sensibiliser...

Dès lors, les membres du SNEP ont décidé, selon les moyens humains et financiers dont ils disposent, de mettre en place tels ou tels supports, telles ou telles démarches.

Étant donné que nous sommes pris pas le temps, je me propose de vous parler uniquement de la « Communication Externe ».

Bien évidemment, nous n'avons pas inventé une recette miracle mais si la profession désire franchir un cap il semble pertinent d'envisager les remarques suivantes :

- Il faut travailler sur une remise en cause réelle de la discipline, une démarche volontaire profonde de modifier l'image de l'EPS et de ses enseignants autour d'une communication nationale auprès du grand public,
- Pour cette communication externe, il ne faut pas exprimer un malaise ou une revendication, ni rattacher le message au quotidien des enseignants en EPS,
- Nous ne devons pas hésiter à partir loin du réel message que nous souhaitons transmettre : l'EPS est utile au développement physique, psychique et social de nos enfants.

L'idée constitutive de cette communication est que :

- ☑ L'EPS doit devenir le **symbole** de l'apprentissage de notre corps, de la société et de ses valeurs.
- ☑ Il faut enclencher une profonde « **démarche de réflexion** » sur l'EPS, sa signification, son existence et son rôle au sein de notre société pour l'avenir.
- ☑ En EPS ou lors du sport scolaire, **il se décide** beaucoup plus de choses que l'on pense et cela a et aura des conséquences sur celui ou celle que nous serons demain.
- ☑ J'apprends à **connaître** mon corps, à le maîtriser et à le faire interagir avec l'environnement. Je prends confiance en moi grâce à l'éducation physique et sportive, j'apprends à analyser une situation et à agir en conséquence.
- ☑ Cela va **définir** en partie ma personnalité, mes aptitudes et mes convictions de demain !

Les visuels de la « Com Externe » fonctionnent autour de ce concept en montrant, sur différents thèmes de société, que nous avons tous et toutes appris quelques choses en EPS et que c'est, entre autre, grâce à cet apprentissage que nous sommes aujourd'hui des **membres intégrés** et **acteurs** de notre société.