|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Lors de la Session Biennale de 2009, le plan ci-dessous a été validé samedi 24 octobre  par la CTR; les grandes lignes de ce plan ont été présentées au Conseil de Direction le dimanche 25 octobre.**  Le principe de ce plan a été de retenir les dangers et les menaces sur lesquels la CTR peut avoir une action positive qui sera admise et encouragée par le monde du trial  Ce plan doit être enclenché immédiatement, même si toutes les actions ne peuvent être lancées en même temps ; il n’a pas ou très peu d’impact budgétaire, il nécessite seulement du travail et de la passion.  Ce plan s’intégrera sans difficulté dans le plan stratégique de la CTR car un grand nombre des sujets indiqués ci-dessous ont été identifiés lors de l’analyse MOFF et les autres pourront s’y ajouter.  *Ce plan comporte 5 champs d’action qui ont tous une part FIM, une part Fédérations Nationales, Presse et industrie* | | |
| **Les champs d’action :**   1. Mettre le trial sur le devant de la scène 2. Elargir la base des pratiquants  Terrains de pratiqueAspect élitiste du trialEtablissement des calendriers **Mettre le trial sur le devant de la scène** | | |
| Action de la FIM | remarques | |
|  | * Cette démarche est politique et a déjà été engagée par le président de la FIM qui s’est déplacé avec son staff sur plusieurs compétitions et a participé à certaines réunions. * Depuis juin 2009, le Conseil de direction de la FIM a été informé e la nécessité de mesures a prendre( | |
| Développer la présence du trial à la TV (rôle très important du service de marketing qui continue a engager des actions pour augmenter cette audience | | |
| Pérenniser l’action des professionnels sous contrat en leur confiant des missions de communication lors des manifestations | | |
| Au niveau de la communication les actions entreprises doivent être amplifiées au niveau du site web et autres moyens similaires (informations plus nombreuses et régulières et bien mises en évidence) | | |
| Communiqués et informations adressés aux spécialistes de la presse et au sein des fédérations- Origine : CTR, département de la communication, agence de Presse de la CTR qui devrait agir au-delà du championnat | | |
| Collaborer avec les promoteurs de manifestations originales comme entre autres celles de de type randonnée dans certains pays | | |
| Organisation FIM une fois par an d’un regroupement international des écoles de trial. | | |
| Actions auprès et avec les fédérations nationales | | |
| Prise de conscience des difficultés globales du trial est indispensable en se basant sur des données justes et pas émotionnelles | | |
| Améliorer vue la situation actuelle la position hiérarchique du trial dans les priorités sportives | | |
| Correspondance aux fédérations exposant les détails de ce plan d’action | | |
| Proposer des pistes de travail | | |
| Recenser et répertorier les personnes sources dans les fédérations (membres des commissions, entraineurs, personnel fédéral en charge) | | |
| Partager avec les FMN pro actives des idées ou même des actions sur le terrain | | |
| Donner des éléments pour augmenter la présence du trial sur les sites web et les revues fédérales | | |
| Présence des FMN sur les sites de leurs grandes épreuves (actions de communication) | | |
| Collaboration avec les FMN lorsque celles-ci sont présentes dans les grands salons de la moto : matériel de communication FIM fourni, action des représentants trial au sein des FMN | | |
| Presse et média | | |
| Recenser et répertorier les personnes sources ou intéressées par le trial dans les divers supports | | |
| Etudier avec ces journalistes les difficultés pour la communication (trial en général, compétitions nationales et internationales | | |
| Etendre avec ces personnes et leur direction la communication sur le trial et étudier les moyens necessaires | | |
| Action auprès de l’industrie | | |
| Lors des épreuves importantes, favoriser, en relation avec l’organisateur, un concessionnaire ou un importateur des présentations de machines, essais, animations festives autour de la moto de trial, rencontres avec les champions, etc. | | |
| Créer sous leur nom des évènements de communication commerciale et sportive en s’appuyant sur leurs importateurs, concessionnaires éventuellement sur des clubs | | |
| Rappeler les propositions de la plateforme de communication proposée par le département marketing | | |
| Elargir la base des pratiquants | | |
| Action de la FIM | | remarques  * La diminution de la base des pratiquants est un problème global du trial où les actions des FMN et de leurs représentations régionales sont primordiales. A part des directives, la CTR n’a que peu de moyens d’intervention dans ce secteur * La faiblesse du marché de la moto de trial est essentiellement due à la faiblesse de la demande car les pratiquants ne disposent pas d’espaces où ils peuvent rouler en toute légalité |
| Avoir un politique d’établissement du calendrier outre mer qui garantisse une bonne communication autour du trial grâce aux organisateurs et aux fédérations et aux importateurs. Connaissance de l’importance du marché | | |
| Actions au près et avec les fédérations nationales | | La CTR ne peut s’immiscer dans le travail des fédérations, mais une collaboration peut se développer autour de certains axes |
| Analyse des initiatives déjà entreprises avec succès au sein de chaque FMN et en diffuser pour information et harmonisation les idées principales | | |
| Etude objective des statistiques obéissant à des critères communs pour chaque secteur | | |
| Formation d’éducateurs sportifs spécialisés dans le trial (existence, statistiques, référentiels d’éducation, brevets officiels etc.) | | |
| Actions ayant pu être entreprises par des organismes sportifs non affiliés à la fédération nationale.  Y a-t-il des passerelles ou des actions communes envisageables sans heurts pouvant déboucher sur une collaboration plutôt que de vaines querelles ? | | |
| Inciter les fédérations a favoriser les initiatives proposant des alternatives ou des variantes aux règles de base du trial qui sont décrites dans les codes de la FIM ( par exemple : trial classique – trial urbain – speed trial –open free, etc). Ces variantes sont très médiatisées et attractives | | |
| Favoriser les compétitions ou rencontres hors championnat ayant des règlements et horaires plus souples | | |
| Inciter les traceurs de sections a créer des parcours roulants et « dynamiques ».  Recueil d’instructions pratiques (communs à tous les pays) allant au-delà de la simple expérience | | |
| Travail avec les autorités sportives régionales sur des manifestations a caractère non sportif ou compétions hors championnat | | |
| L’existence des stages d’entrainement (fédéraux ou privés) doit être développée et soutenue par les fédérations | | |
| Inciter les fédérations a faire des stages de regroupement pour tous les niveaux | | |
| Importance des catégories pour les jeunes et pour les féminines ; y a-t-il une offre de loisir suffisante en dehors de la compétition ? | | |
| Action auprès de l’industrie | | |
| Nécessité de présenter des modèles de base et peu sophistiqués | | |
| Proposer des motos un peu moins spécialisées et réellement conformes à la législation routière. | | |
| Malgré la faiblesse du marché proposer un choix de petites cylindrées | | |
| Participation de l’industrie (fabricants ou importateurs ou concessionnaires) aux activités orientées vers le grand public (salons, journées portes ouvertes, possibilité d’essais sur les épreuves populaires, présence sur les manifestations etc.) | | | Etude objective des statistiques obéissant à des critères communs pour chaque secteur |
| Etude objective des statistiques authentiques obéissant à des critères communs pour chaque secteur | | |
| Présence de l’industrie sur les grandes épreuves classiques (support aux concurrents, présentation de machines | | |
| Terrains de pratique (problème N°1) | | |
| Action de la FIM | | |
| Cibler et définir la recherche de ces terrains où il est possible de faire du trial en dehors des compétitions inscrites à un calendrier | | |
| Etablir des critères indispensables de base pour les terrains | | |
| Définir une charte de ces terrains et un label international | | |
| Définir une charte d’utilisation de bonne pratique en tenant compte des et des contraintes environnementales définies dans le code de l’environnement et adaptées situations particulières nationales | | |
| Communiquer sur l’action de recensement entreprise (fédérations, industrie, médias, supports FIM de communication) | | |
| Coordination des actions ultérieures (mise à jour, diffusion des documents, website…) | | |
| Actions auprès des fédérations nationales | | La recherche ne peut se faire qu’au niveau national et devrait être de la responsabilité des FMN |
| Effectuer un recensement exhaustif des terrains de pratiques mis à la disposition des trialistes ( clubs, écoles de trial, concessionnaires motos, associations privées, etc.) Demander qu’une recherche en dehors de l’environnement fédéral soit faite ( terrains privés, municipaux, sociétés commerciales) | | |
| *Avoir au sein de chaque FMN un correspondant sensibilisé au sujet avec des connaissances juridiques ou une expérience dans les règles auxquelles la moto tout terrain doit se soumettre* | | |
|  | | |
| Etablir un dossier type sur les obligations légales concernant ces terrains | | |
| Encourager et accompagner les dossiers de demande de création de terrain dans le respect de l’environnement | | |
| Avoir un dialogue ou des contacts avec le milieu de la protection de l’environnement ou ses législateurs | | |
| Presse et média | | |
| Relayer et participer à l’action de recensement | | |
| La presse étant en général bien informée, travailler avec celle-ci pour compléter des listes ou les contacts | | |
| Ultérieurement, diffusion des listes par pays pouvant faire l’objet d‘un cahier spécial dans les revues ou sites web | | |
| Action auprès de l’industrie | | |
| Collaborer à la charte sur les terrains de pratique | | |
| Inclure les sites qu’utilise l’industrie dans le recensement et faire également des recherches | | |
| Aider les importateurs ou concessionnaires qui disposent de terrain de pratique | | |
| Synergie indispensable entre les concessionnaires de chaque pays pour collaborer à l’édition annuelle des documents d’information et à leur distribution dans les magasins | | |
| Aspect élitiste du trial (le réduire) | | |
| Action de la FIM | | |
| Renforcer et soutenir l’action du CTRS et des traceurs de sections dans les clubs organisateurs du Championnat du Monde | | |
| Faire comprendre aux organisateurs que quelques sections très difficiles départageront les coureurs hors du commun les et que pour tous les autres coureurs des sections faisables doivent être la grande majorité. Des articles règlementaires existent déjà mais sont difficiles a faire respecter | | |
| Rechercher d’autres mesures règlementaires d’accompagnement au-delà de ce qui est proposé pour 2010 | | |
| Ne pas culpabiliser sur le trial indoor qui doit rester un grand spectacle, mais l’utiliser pour présenter en même temps le trial sous un aspect plus ludique ( projection de vidéo, information dans les programmes) | | |
| Actions auprès des fédérations nationales | | |
| Faire appliquer et contrôler cette volonté de diminuer le niveau des sections dans toutes les catégories. | | |
| Soutenir les efforts préconisés par la FIM pour rendre le trial plus équitable (entre les professionnels et les autres) lors des formations de commissaires | | |
| Favoriser les épreuves de masse | | |
| Action auprès de l’industrie | | |
| La rendre plus solidaire de ce concept | | |
| Respecter les règles établies pour lutter contre cet aspect | | |
| Etablissement des calendriers (l’améliorer) | | |
| Action de la FIM | | |
| Collaborer avec l’UEM pour mieux synchroniser et harmoniser les calendriers et organiser (dans la mesure des possibilités) des joints events) pour toutes les catégories de championnat pour réduire les déplacements | | |
| Encourager les unions continentales dans leurs recherches de dates pour des compétitions ouvertes aux jeunes | | |
| Faire des calendriers à long terme pour avoir le temps de les rectifier | | |
| Organiser plus d’une épreuve dans les pays à forte capacité d’organiser | | |
| N’avoir que deux épreuves consécutives par mois | | |
| Favoriser le marché existant et essayer de nouvelles possibilités à plus long terme :vers les pays émergeants | | |
| Organiser les championnats du Monde dans des lieux qui resteront libres d’accès après la compétition | | |
| Actions auprès des fédérations nationales | | Les fédérations nationales sont les génératrices du calendrier européen et mondial et doivent être très proactivse dans la sélection des organisateurs |
| favoriser la présentation des candidatures dans des lieux qui resteront accessibles au trial après la compétition. | | |
| favoriser les épreuves où il est possible pour les spectateurs à moto d’accompagner les coureurs sur un parcours voisin.  Recommander aux organisateurs de voir ce qui se passe dans les autres pays voisins | | |
| Favoriser les sites des championnats où l’accessibilité aux sections est garantie aux spectateurs | | |
| Action auprès de l’industrie | | |
| Accepter une augmentation du nombre de manifestations du championnat du Monde si le positionnement géographique le permet | | |
| Dans certains pays les importateurs représentent une force puissante qui peut permettre la mise sur pied d’une organisation | | |