

ACCOMPAGNEMENT FÉDÉRAL 2020

RÉDUCTION DES
INÉGALITÉS
D'ACCÈS AU
SPORT

ÉDUCATION
PAR LE SPORT

INSERTION
PAR LE SPORT

STRATÉGIE
D'INFLUENCE

ufolep — TOUS LES SPORTS AUTREMENT
Sport Société
Accompagner pour transformer



A Mon Rythme
je cultive mon bien-être

**UFO
STREET
LEAGUE**



Toutes Sportives
Société en mouvement

**SÉJOURS
SOCIO-SPORTIFS**
Ecoles de sport
Découvrir pour mieux choisir

**7H pour
sauver
une vie**

ufolep
Dirigeant.e
Accompagner pour transformer

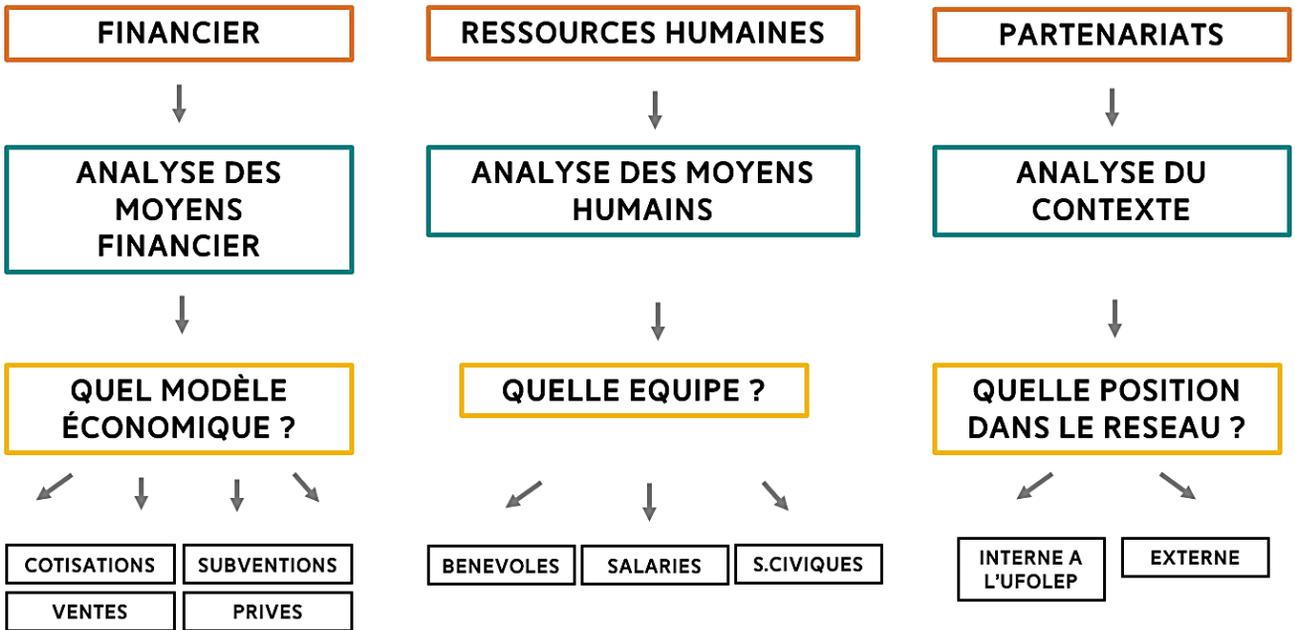
ufolep
Directeur.rice
Accompagner pour transformer

ufolep
Développeur.se
Accompagner pour transformer

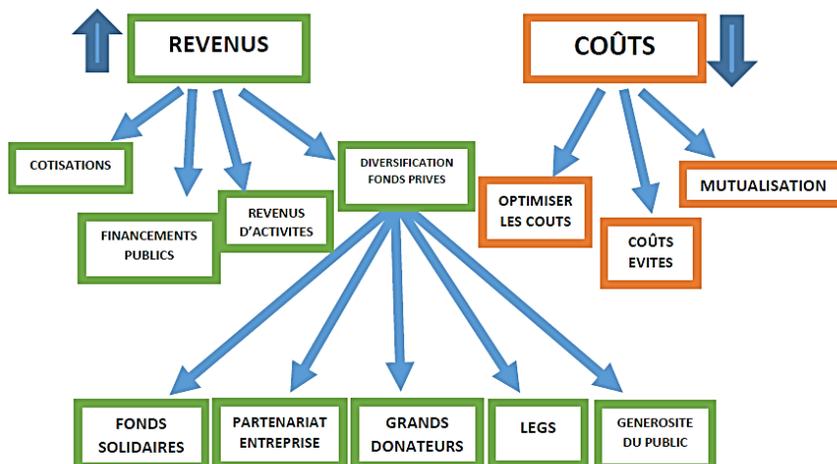
Fédération sportive de
la **ligue de l'enseignement**
un avenir par l'éducation populaire

1. STRUCTURER SON COMITE

MODELE SOCIO ECONOMIQUE UFOLEP

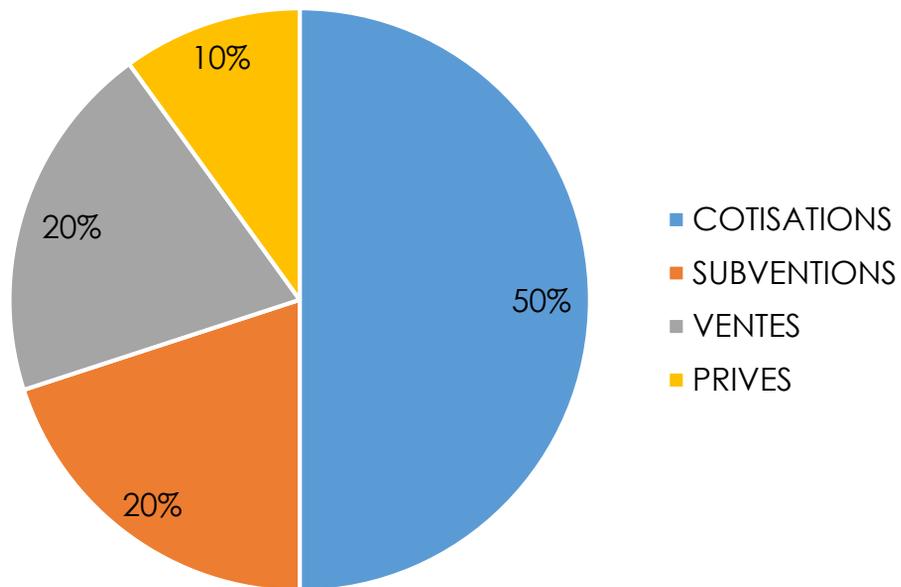


COMMENT JE DIMINUES MES COÛTS ET AUGMENTE MES REVENUS ?



1. STRUCTURER SON COMITE

L'IMPACT DE MON MODELE ECONOMIQUE



TYPES DE FINANCEMENTS	FORCES	FAIBLESSES	A L'UFOLEP
COTISATIONS (50 à 100%)	Autonomie financière, diminution des risques liés aux 4P, troupes	Services à améliorer pour les adhérents dans une logique de parcours	C1 C2 C3 Licences UFO PASS
SUBVENTIONS (20 à 60%)	Finance l'activité du Comité	Dépendance, besoins de lobbying	Sports, Cget, Ancv, Fipd, Ars, ANS
VENTES (20 à 35% et en lien avec l'objet statutaire)	Viabilité économique du Comité par lui-même	Requalification juridique et fiscale = règle des 4P	PJJ, séjours, formations, animations
PRIVES (0 à 15%)	Diversification, réseau avec le secteur privé	Maitrise de la stratégie de levée de fonds	Entreprises locales, fondations, mécènes, Ligue

1. STRUCTURER SON COMITE

OUTILS FINANCIERS

ufolep
Sport Société
Accompagner pour transformer

OUTILS FINANCIERS

SEUIL DE RENTABILITÉ & CALCUL DE PRESTATION

1 | FRAIS DIRECTEMENT IDENTIFIABLES (sur le projet, l'évènement, l'intervention)

- Charges de salaire
- Déplacement
- Repas pour les salariés, bénévoles
- Achat de matériel
- Etc.

2 | FRAIS VARIABLES (uniquement si il y en a)

- Edition de diplômes (PSC 1, CGP)
- Reversions (engagements sur des nationaux, gestion administrative, etc.)
- Repas et hébergement sur un séjour (coût dépendant du nombre d'inscrits)
- Etc.

3 | FRAIS DE FONCTIONNEMENT

- Additionner les points 1 et 2
- Ajouter au montant trouvé entre 12 et 20% de celui-ci pour déterminer le montant de votre point 3 qui correspond à **voire seuil de rentabilité** (= impossible de lancer le projet, l'intervention en dessous de ce montant là sinon on perd de l'argent)

4 | MARGE COMMERCIALE

Se renseigner sur la concurrence (combien êtes-vous à proposer le même service)

CALCUL DE PRESTATION

ufolep
Sport Société
Accompagner pour transformer

OUTILS FINANCIERS

ASSUJETISSEMENT AUX IMPÔTS COMMERCIAUX

ETAPE 1 : la gestion du Comité est-elle désintéressée (gérer bénévolement) ?

NON = elle est imposable aux impôts commerciaux

OUI = passer à l'étape 2

ETAPE 2 : le Comité concurrence-t-il une entreprise ?

NON = il est exonéré

OUI = passer à l'étape 3

ETAPE 3 : le Comité est-il en mesure de prouver son respect de la règle des 4P ?

NON = il est imposable

OUI = il est exonéré

La règle des « 4 P » par ordre de priorité

Produit	Public	Prix	Publicité
Répond-il à un besoin	Est-il spécifique ? Habituellement	Sont-ils adaptés en fonction du public ?	Simple information ou démarche

ASSUJETISSEMENT AUX IMPÔTS COMMERCIAUX

ufolep
Sport Société
Accompagner pour transformer

OUTILS FINANCIERS

ORGANISATION ANALYTIQUE POUR UN COMITE

RÉCEPTION D'UNE PIÈCE COMPTABLE (charges ou produits)

AFFECTATION DIRECTE SUR UN DISPOSITIF

AFFECTATION INDIRECTE (FRAIS DE FONCTIONNEMENT)

PRÉVOIR UNE CLÉ DE RÉPARTITION POUR VENTILER LES FRAIS DE FONCTIONNEMENT SUR LES DIFFÉRENTS DISPOSITIFS (ex.: temps de travail de l'équipe salariée par dispositif)

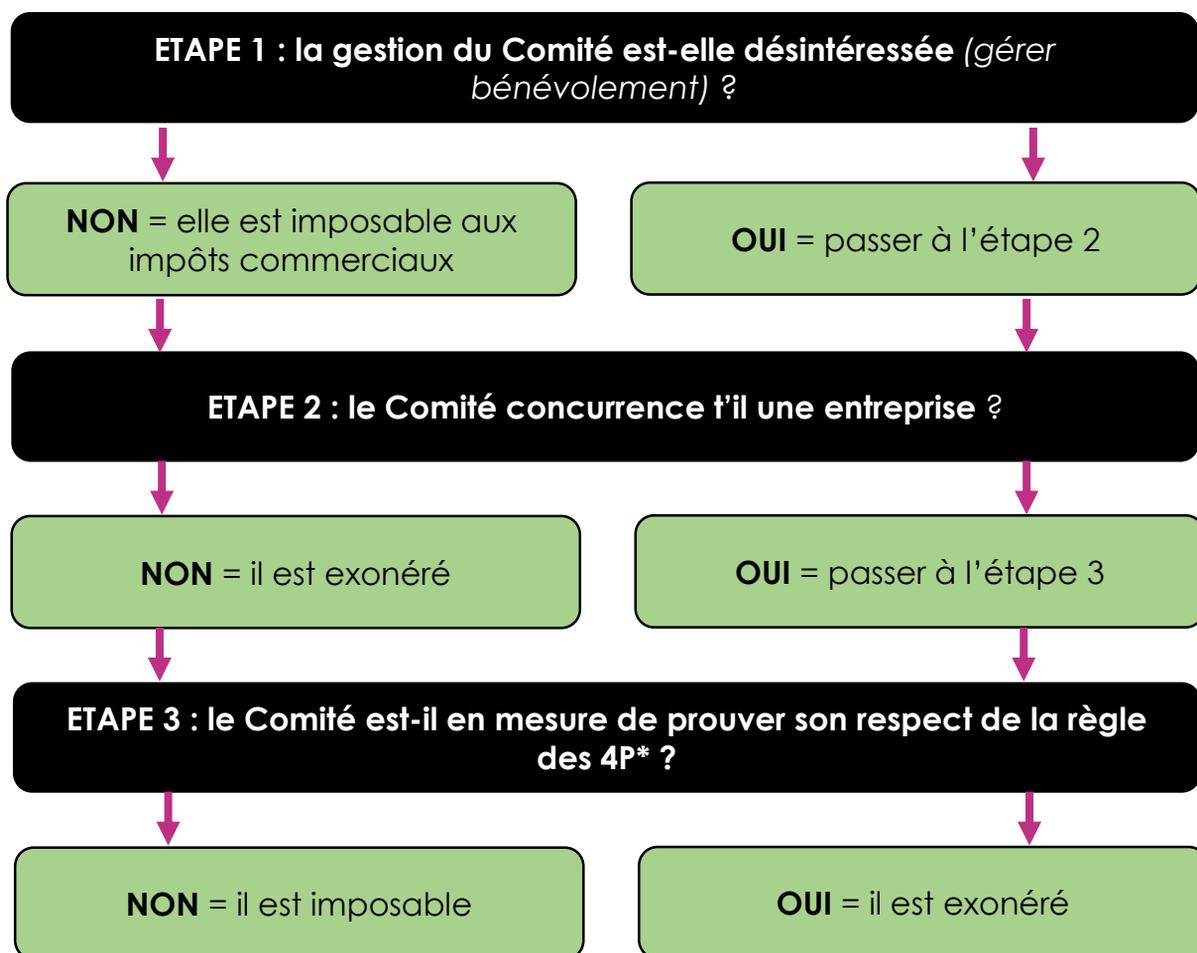
ADDITIONNER LES 2 TYPES D'AFFECTATIONS POUR OBTENIR LE RÉSULTAT DU DISPOSITIF

MISE EN PLACE D'UNE COMPTABILITÉ ANALYTIQUE



OUTILS FINANCIERS

ASSUJETTISSEMENT AUX IMPÔTS COMMERCIAUX



La règle des « 4 P » par ordre de priorité

Produit	Public	Prix	Publicité
Répond-t-il un besoin insuffisamment satisfait sur le marché ?	Est-t-il spécifique ? Habituellement éloignés des services proposés ?	Sont-ils adaptés en fonction du public ? Plus bas que dans le privé ?	Simple information ou démarche commerciale ?



OUTILS FINANCIERS

SEUIL DE RENTABILITÉ & CALCUL DE PRESTATION

1 | FRAIS DIRECTEMENT IDENTIFIABLES (sur le projet, l'évènement, l'intervention)

- Charges de salaire
- Déplacement
- Repas pour les salariés, bénévoles
- Achat de matériel
- Etc.

2 | FRAIS VARIABLES (uniquement si il y en a)

- Edition de diplômes (PSC 1, CQP)
- Reversions (engagements sur des nationaux, gestion administrative, etc.)
- Repas et hébergement sur un séjour (coût dépendant du nombre d'inscrits)
- Etc.

3 | FRAIS DE FONCTIONNEMENT

- Additionner les points 1 et 2
- Ajouter au montant trouver entre 12 et 20% de celui-ci pour déterminer le montant de votre point 3 qui correspondant à **votre seuil de rentabilité** (= impossible de lancer le projet, l'intervention en dessous de ce montant là sinon on perd de l'argent)

4 | MARGE DE DEVELOPPEMENT POUR LE COMITE

- Se renseigner sur la concurrence (combien êtes-vous à proposer le même service et à quel tarif)
- Déterminer la plus value qu'apporte le Comité en comparaison aux autres structures (cf. argumentaire)
- En fonction des points ci-dessous, ajouter entre 10 et 20% de votre point 3 pour déterminer votre point 4 qui est **votre tarif de prestation** !

OUTILS FINANCIERS

UTILISATION D'UNE COMPTABILITÉ ANALYTIQUE

INTERETS D'UNE COMPTABILITE ANALYTIQUE

- Elaborer des informations financières permettant d'affiner ses prévisions ;
- Permettre un **meilleur pilotage** de l'association en déterminant des résultats par pôle et/ou par projet afin de connaître ceux qui ont généré des excédents et ceux qui sont en déficit ;
- Rendre compte de l'utilisation des fonds reçus de manière transparente ;

La comptabilité analytique permet directement, à l'aide d'un logiciel comptable comprenant un module analytique, d'affecter les charges et produits à chaque projet, de manière simple et de façon automatique. Le Comité peut ainsi obtenir directement des états analytiques (balance, grand livre, compte de résultat), qui serviront de base à d'autres documents de gestion (*budget prévisionnel N+1 par exemple*).

PREPARER LE PASSAGE A UNE COMPTABILITE ANALYTIQUE

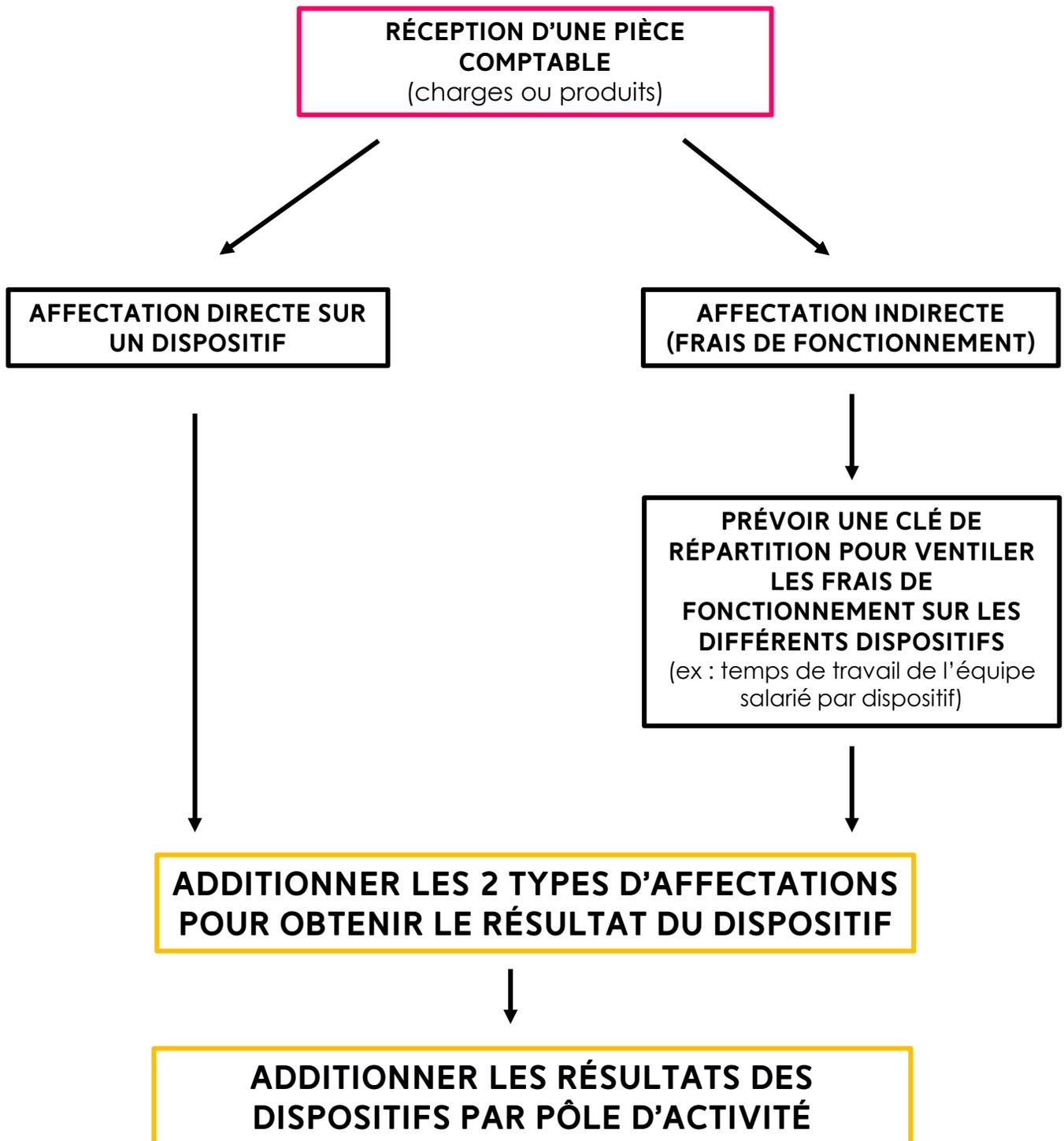
La mise en place d'une comptabilité analytique nécessite une réflexion au préalable avant de la démarrer, l'objectif étant de **conceptualiser, visionner** les résultats et informations que l'on souhaite avoir à la fin d'une année comptable (*exemples : je souhaite savoir si le tarif que le Comité propose pour un PSC 1 est le bon ? est-ce que mon pôle SPORT SOCIETE (toutes actions confondues) est rentable et me permet de recruter un salarié en plus ?*)

OUTILS FINANCIERS

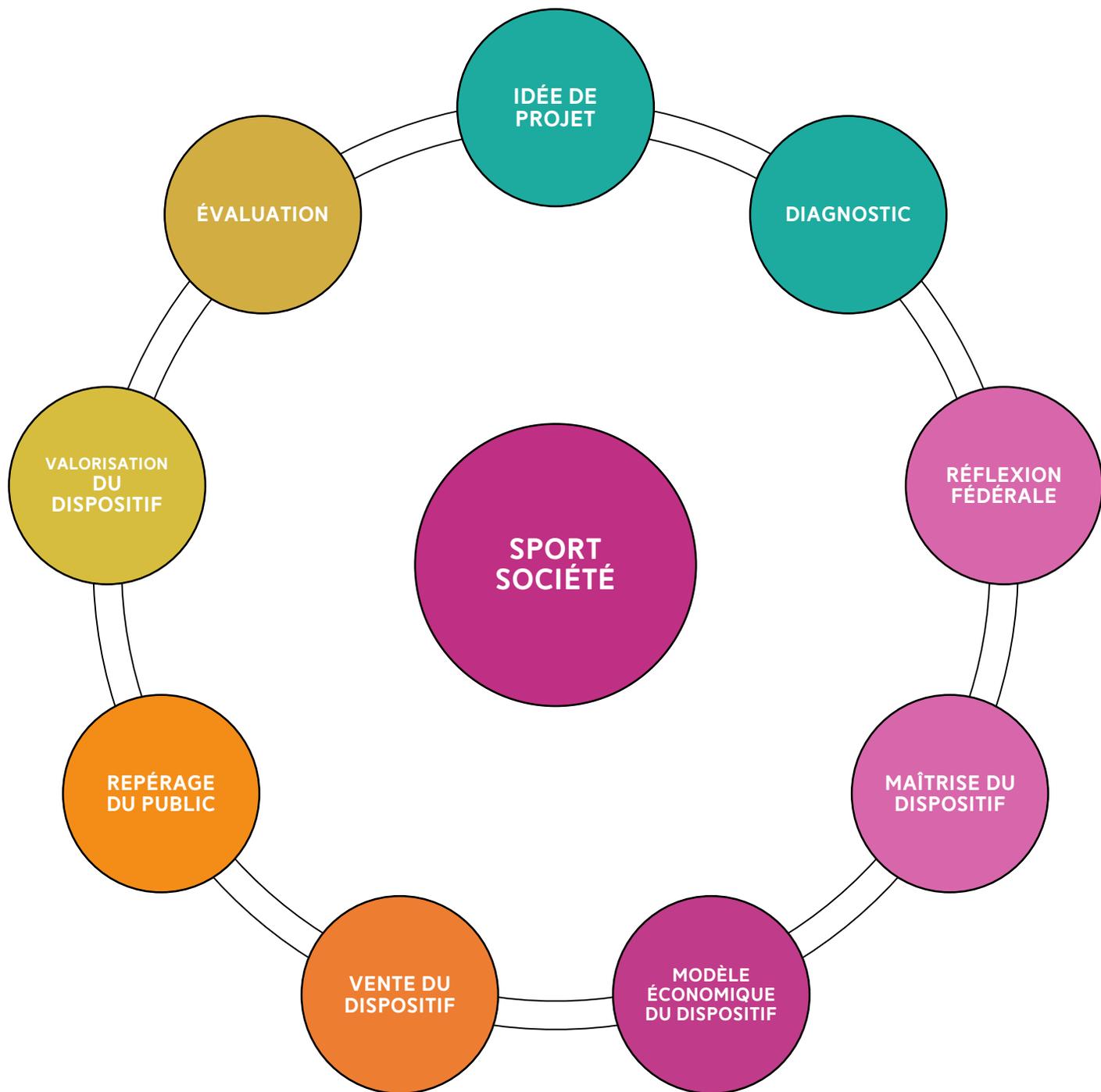
Intervenants	Besoins d'informations pour :	Les réponses de la comptabilité analytique :	
Elu(e)s	Optimiser les moyens pour atteindre l'objet social	Meilleure connaissance de la formation du résultat	Outil de gouvernance et de gestion
	Piloter la gestion de l'ensemble des activités/actions de l'association	Informe sur les zones de déficit et permet des actions correctives	
	Établir des prévisions financières	Améliore l'approche budgétaire	
	Informier régulièrement les membres et partenaires de l'association	Transparence sur la gestion de l'association pour donner confiance et pérenniser les relations	
Direction	Suivre les coûts propres à chaque activité/action	Ventilation des charges fixes et des charges variables par pôle et par dispositif/action	Outil de gestion
	Analyser le degré d'avancement des actions		
	Déterminer les coûts de revient		
Financeurs / Donateurs / Organismes de contrôle	S'assurer de la bonne utilisation des fonds accordés	Facilite la rédaction des comptes rendus financiers des actions	Outil de communication
Adhérents	Mesurer la réalisation de l'objet associatif	Information en détail et en global sur chaque action	

OUTILS FINANCIERS

Organisation analytique pour un comite



2. DÉVELOPPER SON COMITE



CADRE COMMUN
MOBILISABLE PAR UN COMITE
(EN FONCTION DE SA STRUCTURATION)

LA MALETTE
UFOLEP

DISPOSITIFS
FEDERAUX

ÉVÈNEMENTIEL

ufolep
Sport Société
Accompagner pour transformer

FORMATION
SOCIO-SPORTIVE

FORMATION
POLITIQUE



A Mon Rythme
je cultive mon bien-être

UFO
STREET
LEAGUE



Toutes Sportives
Société en
mouvement

SÉJOURS
SOCIO-SPORTIFS
Ecoles de sport
Discours pour mieux choisir

7H pour
sauver
une vie



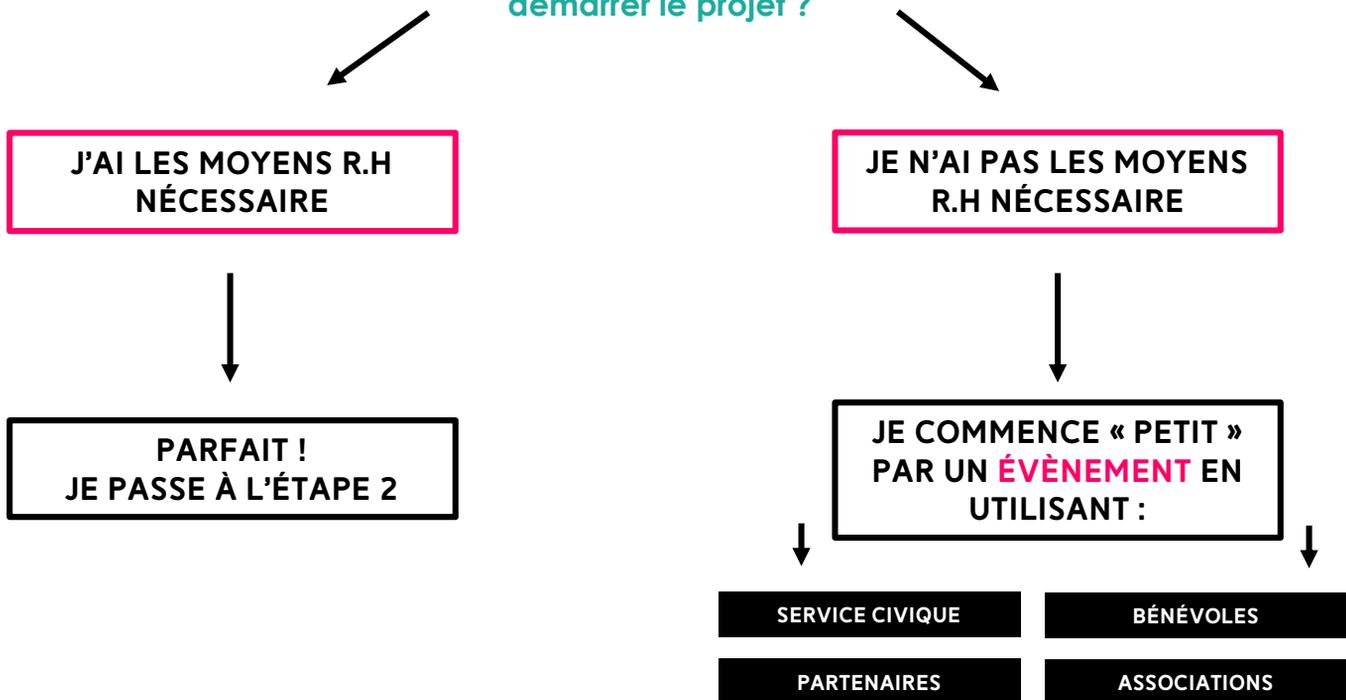
1. IDÉE DE PROJET

La première étape de la méthodologie de projet peut intervenir de deux manières :

1. Une **sollicitation externe** (partenaire, particulier, privé) avec une commande précise sur une thématique (santé, citoyenneté, multisport, etc.) et/ou un cadre d'intervention (régulier, ponctuel).
2. Une **volonté interne** (individuelle, collective) identifiée par le Comité et répondant à un besoin de celui-ci (répondre à l'objet associatif de la fédération dans son ensemble, assainir une situation comptable, faire évoluer l'équipe professionnelle, etc.).

Peu importe le mode d'intervention de l'idée (volonté) de mise en œuvre d'un projet, le Comité doit impérativement se poser la question suivante :

Sommes-nous assez structurés, principalement au niveau ressources humaines, pour démarrer le projet ?



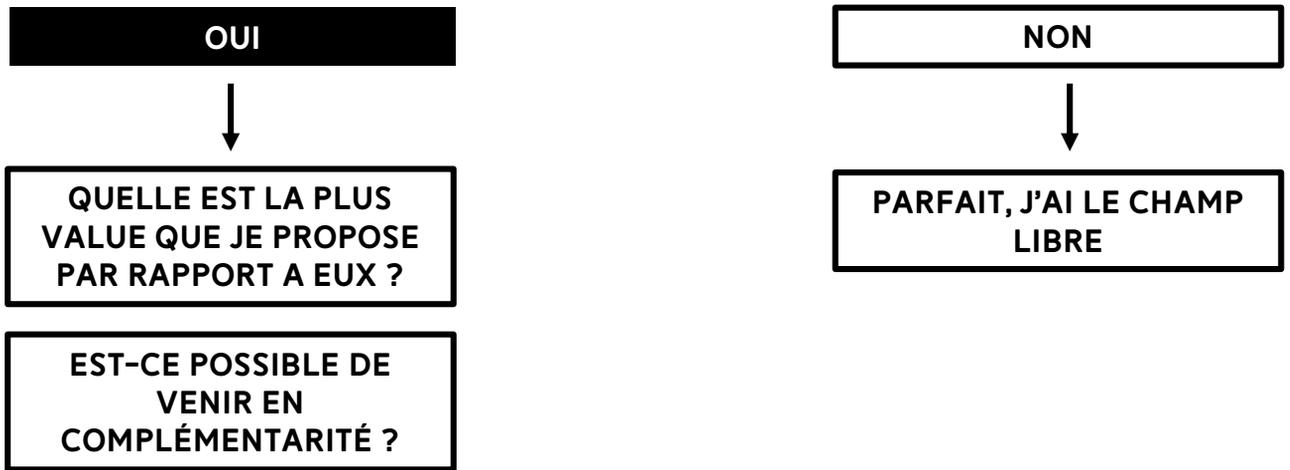
2. DIAGNOSTIC

Est-ce que mon idée de projet correspond aux besoins ?

1 | DU TERRITOIRE (département, ville, zone géographique identifiée)

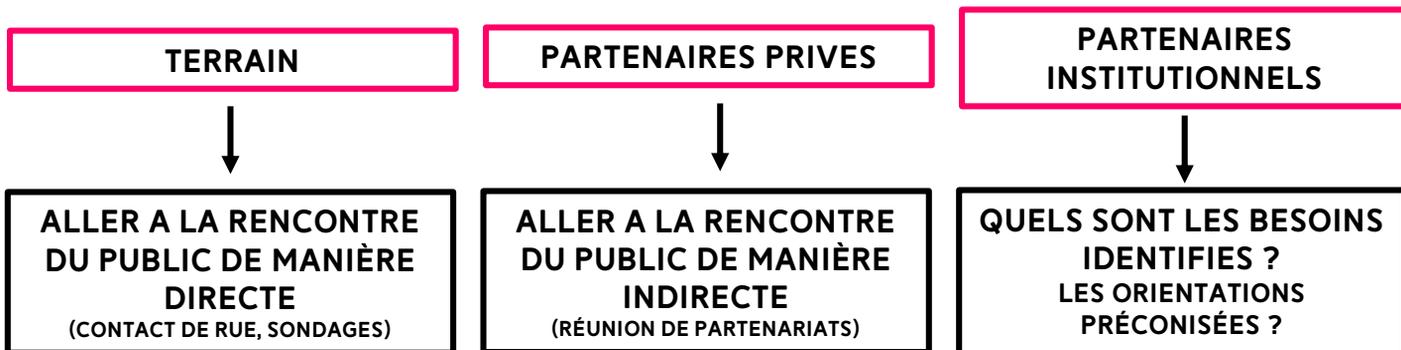
Déterminer **l'existant** sur le territoire ou je souhaite implanter mon projet :

- Y a-t-il de la concurrence sur la même zone géographique en lien avec la thématique que je souhaite développer ?



2 | DU PUBLIC BENEFICIAIRE

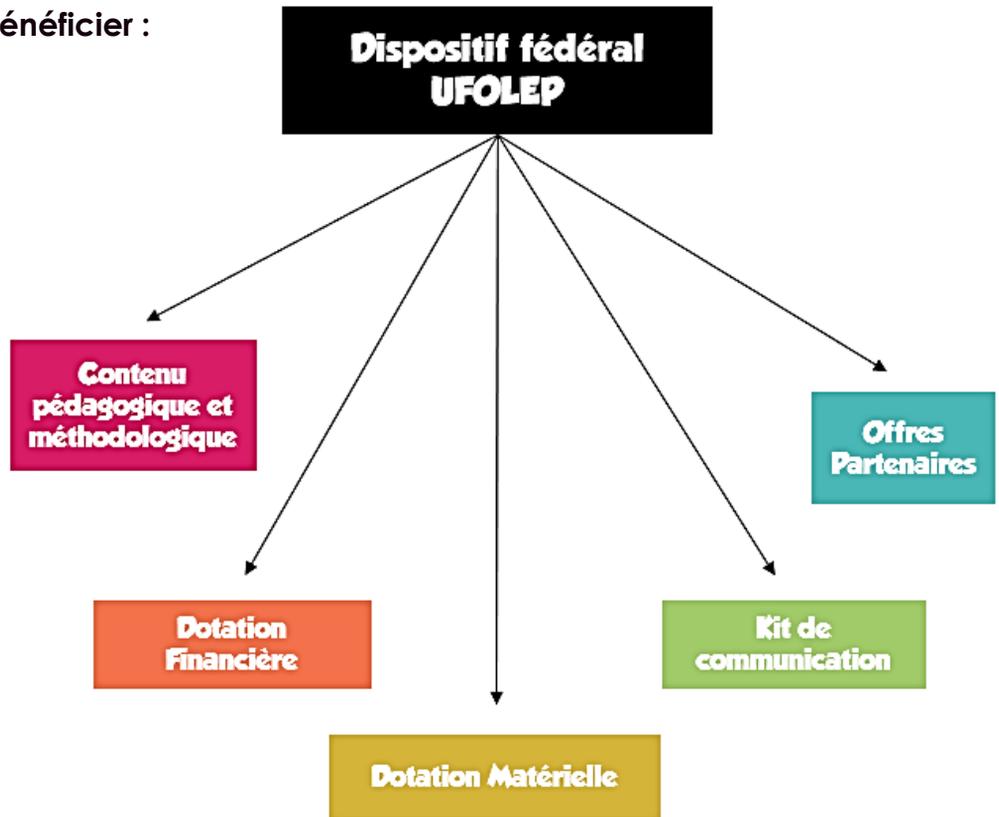
Identifier **la plus value** du dispositif sur le public.



3. REFLEXION FEDERALE

LA FEDERATION DISPOSE D'UN DISPOSITIF FEDERAL EN LIEN AVEC LA THEMATIQUE DE MON PROJET

Je l'utilise pour bénéficier :



LA FEDERATION NE DISPOSE PAS D'UN DISPOSITIF FEDERAL EN LIEN AVEC LA THEMATIQUE DE MON PROJET

- Je pose mes objectifs généraux (but à atteindre) et opérationnels (qu'est-ce qui est fait concrètement) ;
- Je fais remonter les informations à l'UFOLEP Nationale pour alimenter la ressource fédérale ;

STRATEGIE FEDERATIVE par ordre de priorité



1

Association à objet sportif
Dispositif C1

OU

Association les
« **Amis de l'UFOLEP** »



LICENCE

2

Association à objet non Sportif
Dispositif C3

OU

Association les
« **Ambassadeurs de SPORT SOCIETE** »

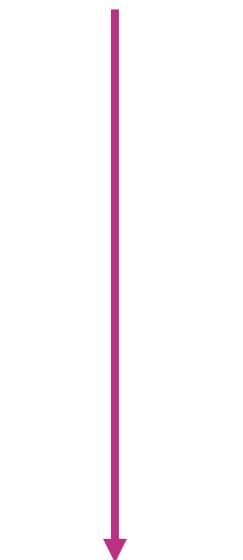


UFOPASS

3

Public non fédéré

OU



TIPO



TELECHARGER STATUTS TYPE
Les Ami-e-s de l'UFOLEP



TELECHARGER
Ressources Vie Fédérative

SPORT SOCIÉTÉ ET STRATÉGIE FÉDÉRATIVE : DISPOSITIFS FÉDÉRAUX

Structure affiliée	Type d'affiliation	Participants aux activités
Associations loi 1901 à objet sportif	C1 Ufolep	Licences Ufolep : offre de pratique sportive de loisir et ou compétitive.
		Titres de participation TIPO (2) : pour les opérations découvertes, grand public et événementiel.
Associations loi 1901 à objet non sportif	C2 + UFOBOX (1)	Licences Ufolep (3) : offre de pratique sportive de loisir et ou compétitive.
		Adhésions UFOPASS (3) : programmes et dispositifs Sport Société.
	UFOBOX (1) 0 à 20 / plus de 20	Titres de participation TIPO (2) : pour les opérations découvertes, grand public et événementiel.
		Adhésions UFOPASS : programmes et dispositifs Sport Société.
Structures à objet non sportif (Partenariat MGEN).	UFOBOX (1) 0 à 20 / plus de 20	Titres de participation TIPO (2) : pour les opérations découvertes, grand public et événementiel.
		Adhésions UFOPASS : programmes et dispositifs Sport Société.
Sociétés coopératives (SCOP, SCIC) et entreprises Etablissements publics d'administration Collectivité territoriale Autre	C3 TIPO (2)	Titres de participation TIPO : prestation UFOLEP + opérations découvertes, grand public et événementiel.
Association RNJA	Junior Association	Licences Ufolep : offre de pratique sportive de loisir et ou compétitif.
		Titres de participations TIPO (2) : pour les opérations découvertes, grand public et événementiel.

Fédération sportive de

la **ligue de l'enseignement**

un avenir par l'éducation populaire

SPORT SOCIÉTÉ ET STRATÉGIE FÉDÉRATIVE : PRINCIPES GÉNÉRAUX

INTÉGRATION DES PUBLICS TOUCHÉS AU SEIN D'UNE
ACTIVITÉ RÉGULIÈRE À L'UFOLEP



**Association
UFOLEP
existante**

(OBJET sportif
ou non
sportif)

**Création
section UFOLEP**

(OBJET sportif
ou non sportif)

**Les Amis de
l'UFOLEP**

*(association
créée par le
comité UFOLEP,
objet sportif ou
non sportif)*

SPORT SOCIÉTÉ ET STRATÉGIE FÉDÉRATIVE : MODE OPÉRATOIRE

ACTION DU COMITÉ DISPOSITIF SPORT SOCIÉTÉ

Services et
Accompagnement
Fédératif

Stratégie de
recrutement

Association à
Objet sportif
Dispositif C1

Association à
Objet non Sportif
Dispositif C3

**Public non
fédéré**

Stratégie fédérative

Stratégie de
fidélisation

Association les
« amis de
l'UFOLEP »

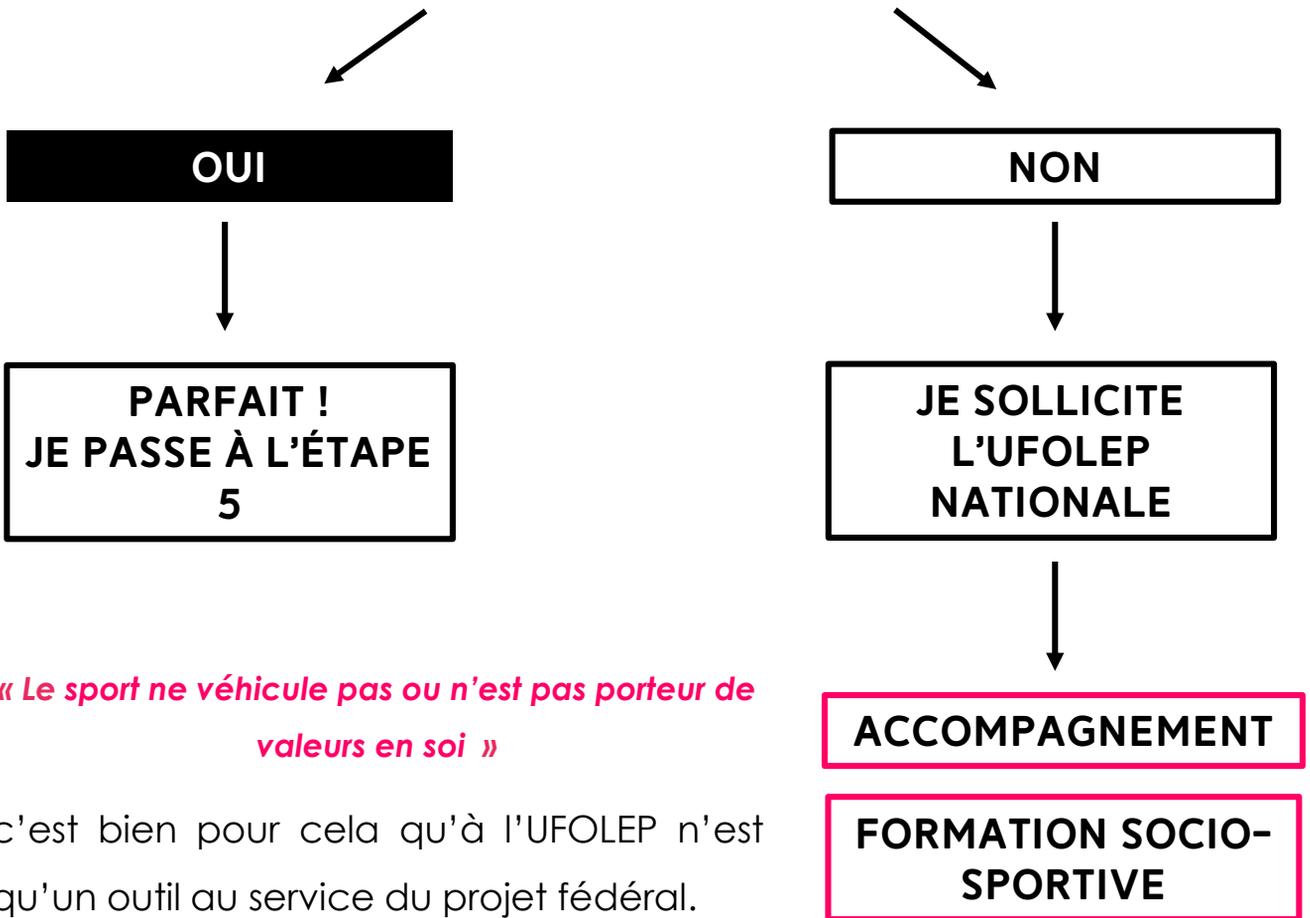
TIPO

**C1 –
C3 UFOBOX –
C3 TIPO**



4. MAITRISE DU DISPOSITIF

Est-ce que mes animateurs maîtrisent le concept
d'animation du dispositif fédéral ?



« Le sport ne véhicule pas ou n'est pas porteur de valeurs en soi »

c'est bien pour cela qu'à l'UFOLEP n'est qu'un outil au service du projet fédéral.

Devant ce constat et l'ambition de notre fédération, notre légitimité est aussi située dans notre capacité à transmettre les compétences nécessaires aux animateurs de terrain sur les thématiques socio-sportives afin qu'ils puissent rendre crédibles nos dispositifs sur le terrain.

CADRE COMMUN DE VENTE D'UN DISPOSITIF

MARKETING SPORTIF UFOLEP

1



CLIENTS

IDENTIFICATION DU CLIENT ET COMPRÉHENSION DE SES BESOINS

- institutions publiques
- structures privées

2



DÉFINITION DE L'ARGUMENTAIRE COMMERCIAL

- Plus value client
- Traitement des objections
- Tarif moins cher

3



ETABLIR LE CONTACT AVEC LE CLIENT

- Mailing
- Phoning et prise de rendez-vous
- 1 & 1

4



FIDÉLISATION & SATISFACTION DU CLIENT

- Communication digitale
- temps protocolaire
- copil
- Evaluation client



5. VENTE DU DISPOSITIF

AXE 1 | DÉVELOPPEMENT DES APS



AXE 2 | ÉDUCATION PAR LE SPORT

AXE 3 | INSERTION SOCIALE ET PROFESSIONNELLE



AXE 4 | STRATÉGIE D'INFLUENCE

**Télécharger la stratégie de
vente de votre dispositif**



Fédération sportive de
**la ligue de
enseignement**
un avenir par l'éducation populaire





ARGUMENTAIRE COMMERCIAL

✓ **Droit aux loisirs pour tous qui prend tout son sens en période estivale !**

« 40% de la population ne part pas en vacances* et que 50% de la population* se déclare inactive. Le Playa Tour est un engagement fort entre associations et municipalités pour lutter contre les inégalités d'accès à la pratique sportive. Une pratique sportive UFOLEP avant tout pour s'amuser, se dépenser et se dépasser. »

✓ **Accès à la pratique sportive loisirs encadré par des professionnels formés**

« Via notre processus de formation fédérale interne, les intervenants professionnels de l'UFOLEP sont en capacités de transmettre via le sport des notions éducatives primordiales pour permettre le développement de chaque jeune autour des principes de liberté, d'égalité et de fraternité.

Les participants des structures partenaires de l'UFOLEP et les estivants auront la possibilité de s'initier à de nombreux sports et de participer, seuls ou en famille à de multiples activités artistiques et culturelles. »

✓ **Un temps fort pour le tissu associatif local et les collectivités contre les inégalités sociales**

« Le Playa Tour c'est le moment festif de l'année pour les structures sociales, les maisons de quartiers, les centres d'hébergements, les associations UFOLEP et collectivités qui organisent au quotidien des activités sportives pour les publics en insertion issus des quartiers prioritaires. »

✓ **Stratégie locale du Comité**

« Le Playa Tour apporte une envergure supplémentaire aux actions quotidiennes de l'UFOLEP. Et permet de renforcer les partenariats existants »

✓ **Les questions d'environnement, de santé et d'accessibilité au sport au cœur du village éducatif**

« Pour sensibiliser le grand public aux bienfaits sur la santé d'une pratique physique et sportive régulière, de nombreux stands accueilleront des professionnels partenaires sur ces questions avec des approches en termes de transition écologique, d'environnement et de citoyenneté. »





ARGUMENTAIRE COMMERCIAL

✓ **Public prioritaire**

✓ **De l'évènementiel à la compétition**

« Le dispositif UFO'STREET propose différents programmes en réponse au besoin du territoire. Listez sommairement les différents programmes. »

✓ **Aménager des espaces publics en créant un repère**

« Le dispositif UFO'STREET propose l'animation des citys stades via l'initiation et l'éducation aux sports dit urbains comme le street workout, five, double dutch. »

✓ **Des professionnels formés et outillés**

« Via notre processus de formation fédérale interne, les intervenants professionnels de l'UFOLEP sont en capacités de transmettre via le sport des notions éducatives primordiales pour permettre le développement de chaque jeune autour des principes de liberté, d'égalité et de fraternité. »

✓ **Un processus d'évaluation sur l'aspect sportif, éducatif et social !**

« A aujourd'hui, avec les outils et la compétence des éducateurs UFOLEP, nous sommes en capacités d'évaluer les différentes capacités physiques de la personne comme la souplesse, l'endurance par exemple mais aussi sur des notions comportementales, éducatives ou sociales comme la citoyenneté »

✓ **Permettre l'accès à un espace sportif régulier et de proximité**

« Il est maintenant acté que sur ses territoires, un problème de mobilité est prédominant. Avant que tous ensemble, on trouve une solution miracle à ce fléau, l'UFOLEP se déplace en se rendant directement au cœur de ses territoires »

✓ **Donner accès à la mobilité via un séjour à Paris**

« Chaque année, la saison sportive UFO'STREET s'achève à Paris avec un rassemblement national qui regroupe des jeunes de 11 à 17 ans issus des différentes territoires prioritaires de France. L'occasion de découvrir un autre environnement, d'autres jeunes. »

✓ **10 milliards d'euros soit le coût de l'inactivité en France**





ARGUMENTAIRE COMMERCIAL

✓ Permettre la féminisation du sport au sein des territoires prioritaires sans stigmatisation

« Le fitness pour les filles, le foot pour les garçons, une représentation collective discutable. L'UFOLEP via sa compétence multisport permet la découverte de différentes activités entre filles, sans jugement, préjugés ou orientations au préalable »

✓ Ouvrir un espace uniquement féminin, un tremplin vers le droit commun

« Lieux trop éloignés, salles de sports bondées d'hommes, pratiques trop compétitives... la femme et l'homme ont une approche des APS sensiblement différentes et nous devons comprendre qu'un des leviers pour permettre la pratique féminine est la notion de confiance, de sérénité, de plaisir. »

✓ Sensibiliser les femmes aux enjeux de santé

« Le dispositif TOUTES SPORTIVES propose une **pratique physique adaptée**, entre copines, ayant pour finalité une **amélioration de la santé physique et mentale** des participantes. »

✓ Des professionnels formés et outillés

« Via notre processus de formation fédérale interne, les intervenants sont en capacité et maîtrise pour répondre aux deux enjeux qui sont l'amélioration de la santé physique mais aussi de la santé mentale »

✓ Un processus d'évaluation sur l'aspect sportif, mental et social !

« A aujourd'hui, avec les outils et la compétence des éducateurs UFOLEP, nous sommes en capacités d'évaluer les différentes capacités physiques de la personne comme la souplesse, l'endurance par exemple mais aussi sur des notions d'anxiété, de leadership ou d'engagement citoyen »

✓ Permettre l'accès à un espace sportif régulier et de proximité

« Il est maintenant acté que sur ses territoires, un problème de mobilité est prédominant. Avant que tous ensemble, on trouve une solution miracle à ce fléau, l'UFOLEP se déplace en se rendant directement au cœur de ses territoires »





ARGUMENTAIRE COMMERCIAL

✓ Education par le sport

« Les éducateurs UFOLEP, formés aux notions sociaux-sportives, transmettent via et autour des APS des notions éducatives primordiales pour permettre le développement de chaque jeune autour des principes de liberté, d'égalité et de fraternité. »

✓ Découverte MULTISPORTS

« L'alternance de sports populaires comme le football, la handball, le tennis... et de sports méconnus du grand public comme le tchoukball, le pullball, la slackline afin de répondre aux besoins des enfants à cette âge : découvrir ! »

✓ Pratique tarifaire

« Potentielle contrainte pour le public issu de la géographie prioritaire, l'aspect financier pour l'accessibilité à la pratique sportive est levé par l'UFOLEP en proposant une année sportive à bas coût pour les enfants. Illustrer par un exemple chiffré du Comité. »

✓ Vie associative

« Notion importante du dispositif ECOLE DE SPORTS, la vie associative ! Notre ECOLE DE SPORTS n'a pas vocation à venir en concurrence des clubs sportifs locaux mais en complémentarité. L'ECOLE DE SPORTS propose la découverte multisports et oriente les enfants vers le tissu associatif local afin de répondre au besoin de spécialisation de chaque enfant. »





ARGUMENTAIRE COMMERCIAL

✓ Permettre le départ en vacances des jeunes à partir de 16 ans...

« Malheureusement, de nos jours, ce n'est pas tous les jeunes qui ont les moyens financiers et donc la possibilité de partir en vacances. L'UFOLEP, via ses partenaires, propose une offre de séjour accessible. »

✓ ... Via un séjour socio-sportif !

« Coloration UFOLEP ! Nos séjours ne sont pas de simples séjours sportifs, on y retrouve les notions de laïcité, de santé, de citoyenneté, d'égalité autour de quizz, questionnaires, ateliers éducatifs »

✓ Stratégie locale du Comité

- Partenariats existants donnant une thématique supplémentaire au séjour
- Mixité sociale ?
- Mobilité européenne ?
- Etc.





ARGUMENTAIRE COMMERCIAL

✓ Public prioritaire et santé

« Nous sommes aujourd'hui, avec cette ambition, la seule fédération à lier les sujets du sport, de la santé et de la vulnérabilité sociale. Le programme fédéral « À Mon Rythme » étant le cœur opératoire de ce nouveau dispositif »

✓ Tous différents = des programmes adaptés et personnalisés

« Le dispositif A Mon Rythme propose une **pratique physique adaptée**, un accompagnement **global individualisé** ayant pour finalité une **amélioration de la santé physique et mentale** des participants. »

✓ Des professionnels formés et outillés

« Via notre processus de formation fédérale interne, les intervenants sont en capacité et maîtrise pour répondre aux deux enjeux qui sont l'amélioration de la santé physique mais aussi de la santé mentale »

✓ Un processus d'évaluation sur l'aspect sportif, mental et social !

« A aujourd'hui, avec les outils et la compétence des éducateurs UFOLEP, nous sommes en capacités d'évaluer les différentes capacités physiques de la personne comme la souplesse, l'endurance par exemple mais aussi sur des notions d'anxiété, de leadership ou d'engagement citoyen »

✓ Permettre l'accès à un espace sportif régulier et de proximité

« Il est maintenant acté que sur ses territoires, un problème de mobilité est prédominant. Avant que tous ensemble, on trouve une solution miracle à ce fléau, l'UFOLEP se déplace en se rendant directement au cœur de ses territoires »

✓ Proposer un espace de ressource pédagogique sur l'impact des APS sur la santé afin d'informer et orienter le public

✓ 10 milliards d'euros soit le coût de l'inactivité en France





ARGUMENTAIRE COMMERCIAL

✓ Parcours modulaire d'insertion sociale et professionnelle pour les jeunes de 16 à 25 ans issus de la géographie prioritaire

« On parle bien ici de deux volets, le volet social et le volet insertion professionnelle, l'un n'allant pas sans l'autre, ceci expliquant la source des différents partenaires »

✓ Donner un accès à la professionnalisation

« En France, pour travailler dans le sport contre rémunération, nous avons l'obligation d'être détenteur d'une carte professionnelle. Cette carte s'acquière avec 2 diplômes proposés sur ce parcours : le PSC 1 et le CQP ALS »

✓ Permettre une remobilisation

« Souvent éloignés du droit commun, le fait pour ses jeunes de reprendre un rythme de vie qui pour nous est normal, devient très vite pour eux exceptionnel d'un point de vu psychologique et d'hygiène de vie »

✓ Un accompagnement individualisé : une obligation avec ce public

« Principal plus value de ce dispositif, l'UFOLEP propose lors de ce parcours un suivi individualisé poursuivant un double objectif : le premier étant d'amener chaque jeune à la fin du parcours par du soutien (scolaire, affectif), le second étant la préparation à la sortie du parcours : BPJEPS, S.C, emploi, réorientation ? »

✓ Une pédagogie adaptée : 50% en salle, 50% sur le terrain

« La phobie des bancs de l'école est une vérité pour ce public. Son amour pour les APS également. Cette addition nous a amenés sur des conduites pédagogiques innovantes dites actives : on apprend en jouant »

✓ Le CQP ALS : un diplôme taillé pour les publics vulnérables et tremplin vers l'avenir

« Diplôme court (105h) s'apparentant à un niveau V et offrant une employabilité variée dans le champ sportif, le CQP ALS est aujourd'hui l'un des diplômes le plus adaptés pour les publics en situation d'échec scolaire ou de remobilisation vers un niveau supérieur »



6. RÉFÉRENT.E.S TERRITORIAUX

□ **Accompagnement du comité UFOLEP engagé dans le développement de projets Sport Société :**

- Structuration du comité adaptée au développement de projet des M3S et du programme AMR,
- Déploiement et développement des projets et dispositifs en lien avec les M3S et du programme AMR,
- Développement fédératif du dispositif M3S et du programme AMR.



[Envoyer un mail à Jérôme](#)



[Envoyer un mail à Véronique](#)



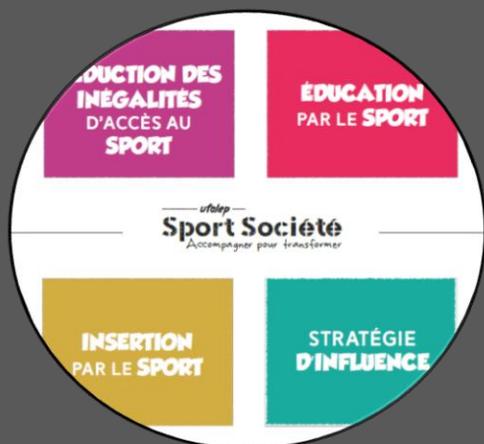
[Envoyer un mail à Stéphane](#)



[Envoyer un mail à Florian](#)



[Envoyer un mail à Olivier](#)



**RÉDUCTION DES INÉGALITÉS
D'ACCÈS AU SPORT**

ÉDUCATION PAR LE SPORT

INSERTION PAR LE SPORT

STRATÉGIE D'INFLUENCE

— *ufolep* — TOUS LES SPORTS AUTREMENT
Sport Société
Accompagner pour transformer

www.ufolep.org | 01 43 58 97 71



— *ufolep* —
Dirigeant.e
Accompagner pour transformer

— *ufolep* —
Directeur.rice
Accompagner pour transformer

— *ufolep* —
Développeur.se
Accompagner pour transformer