

LE CONCEPT DE GESTION

Le 21 Janvier 1999
1^{er} Cours et 2^{ème} Cours

{Licence STAPS 98-99.C2.C. Cours de gestion de Fabrice}

1. DEFINITION DE LA GESTION.....	2
<u>1.1. Les ressources financières.....</u>	<u>2</u>
1.1.1. Les cotisations.....	2
1.1.2. Les fonds publics ou financement public.....	2
1.1.3. Les ressources matérielles.....	2
1.1.4. Les ressources humaines.....	2
2. LES ACTEURS DE L'ASSOCIATION SPORTIVE (2^{ème} Cours).....	3
<u>2.1. Les structures étatiques.....</u>	<u>3</u>
2.1.1. Leurs rôles par rapport aux associations.....	3
2.1.2. Mise en place d'une réglementation.....	3
<u>2.2. Les organismes fédéraux.....</u>	<u>4</u>
2.2.1. Les ligues et comité.....	4
<u>2.3. Les organismes de coordination.....</u>	<u>4</u>
<u>2.4. Les collectivités territoriales.....</u>	<u>4</u>
<u>2.5. Les médias.....</u>	<u>5</u>
<u>2.6. Les entreprises.....</u>	<u>5</u>
<u>2.7. Le public potentiel.....</u>	<u>5</u>

1. DEFINITION DE LA GESTION

Gérer, c'est utiliser de manière optimale toutes les ressources dont on dispose. Les ressources sont humaines, financières, matérielles, image de la pratique.

1.1. Les ressources financières

Ce sont :

- les cotisations ;
- les subventions ;
- le sponsoring (partenaire privé) ;
- les événements (ventes externes : tee-shirts, buvette etc ...).

1.1.1. Les cotisations

Le montant est généralement arrêté par l'AG. Cela comprend le coût de la licence et l'adhésion au club. Il ne reste que l'adhésion pour le club. Il y a aussi des dons de particuliers déductibles des impôts sur le revenu pour les particuliers avec une limite de 0,25%.

Le partenariat consiste en un échange de l'image contre des ressources financières (panneau publicitaire, flocage de tee-shirts).

1.1.2. Les fonds publics ou financement public

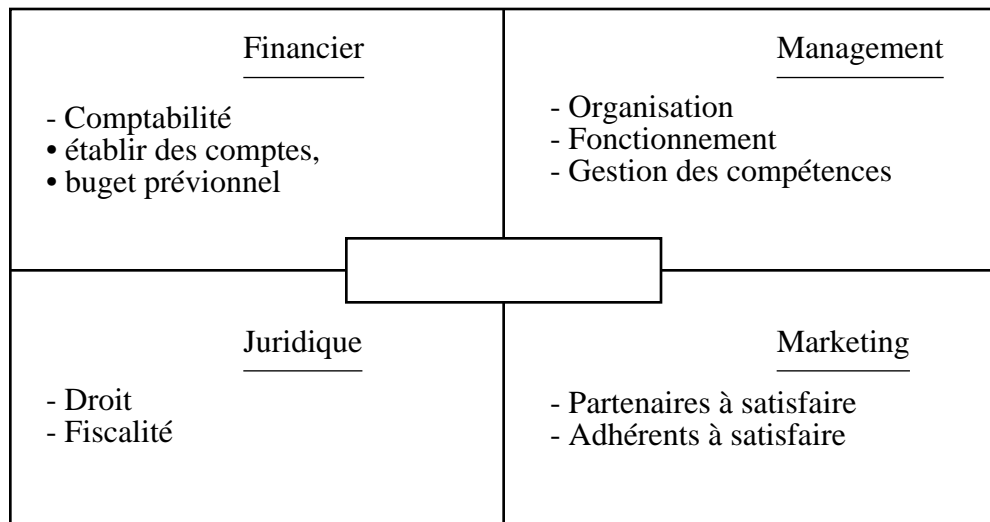
Subventions pouvant venir de différentes collectivités territoriales. Mais cela peut être aussi le prêt de locaux à titre gratuit ou événementielles en créant des manifestations qui publicisent l'association.

1.1.3. Les ressources matérielles

Ce sont les installations en générale. Elles peuvent aussi être gérées par des partenaires. Mise à disposition d'un podium, de la sono etc ...

1.1.4. Les ressources humaines

Ce sont toutes les personnes qui gèrent l'association mais aussi les salariés. On note souvent des conflits entre bénévoles et salariés.



2. LES ACTEURS DE L'ASSOCIATION SPORTIVE (2^{ème} Cours)

Les acteurs de l'environnement d'une association ont :

des rôles ;

des objectifs ;

des intérêts.

2.1. Les structures étatiques

Ils ont pour mission de promouvoir et de développer les structures sportives et d'accompagner le développement de l'élite sportive.

2.1.1. Leurs rôles par rapport aux associations

Aides techniques et matérielles par l'action de subventions. Il existe deux types de subvention :

- subvention d'investissement (achat de matériel, prêt de locaux) ;
- subvention de fonctionnement (prestations et avantages diverses).

Ces subventions peuvent prendre trois formes :

- attribution de sommes d'argent ;
- attribution d'un équipement ;
- mise à disposition de matériel et de personnels sans contre partie.

2.1.2. Mise en place d'une réglementation

Veille aux règles éthiques : dopage, violence --> contrôle et application des lois.

Reconnaissance de l'association par agrément. L'agrément est une reconnaissance officielle de l'association par l'Etat. C'est une condition nécessaire pour bénéficier de l'aide de l'Etat. Apporte une disposition spécifique par rapport à l'URSSAF. Autorise à organiser des compétitions.

Contrôle l'utilisation des subventions.

Met en place des formations et BE.

2.2. Les organismes fédéraux

- Organiser une pratique au niveau national.
- Organise la discipline pour les AS affiliées.
- Gèrent les élites.
- Programme les diplômes et mise en place des BE.
- Autorise et homologue les tournois nationaux et internationaux.

2.2.1. Les ligues et comité

Ce sont les mêmes objectifs mais à l'échelon régional pour les ligues et départemental pour les comités.

- Mise en place de formation.
- Sélection de l'élite pour passer à l'échelon national.
- Election des représentants de la ligue pour siéger au bureau de la fédération nationale.

2.3. Les organismes de coordination

Leurs objectifs sont de coordonner les sport en France que cela soit olympique ou non. Permet de fournir une aide matérielle et financière avec le support de FNDS. Ce sont :

- CNOSF ;
- CROS ;
- CDOS

2.4. Les collectivités territoriales

Présente un accès privilégié aux subventions. Développement des services administratifs en matière de sport.

Ce sont :

- le conseil régional ;
- le conseil départemental ;
- la commune.

2.5. Les médias

Se servir de l'image sportive pour vendre et diffuser ses images. Vente de journaux accrus lors de la couverture de grandes manifestations sportives. Ce sont :

- les banques ;
- les entreprises (partenaire ou fournisseur) ;

2.6. Les entreprises

Se servir de l'image sportive pour mieux fonctionner (sponsoring).

2.7. Le public potentiel

Venir faire l'activité loisir ou compétitive.