

FONCTIONNEMENT DES INSTANCES FÉDÉRALES

COMMISSION NATIONALE DU MARKETING ET DE LA COMMUNICATION (C.N.M.C.)	2
1. ATTRIBUTIONS	2
2. CHAMPS D'ACTION et PROCEDURES	2
3. COMPOSITION	2

COMMISSION NATIONALE DU MARKETING ET DE LA COMMUNICATION (C.N.M.C.)

1. ATTRIBUTIONS

Les attributions de la Commission Nationale du Marketing et de la Communication (CNMC) sont :

- En termes de Marketing :
 - De superviser les recherches de partenariats pour proposition au Bureau Directeur Fédéral,
 - D'assurer le suivi des partenariats fédéraux.
- En termes de Communication :
 - De définir la stratégie de communication fédérale pour proposition au Bureau Directeur Fédéral, d'établir le plan de communication qui en découle et d'en assurer sa mise en œuvre,
 - D'avoir un rôle de conseil et d'assistance auprès de l'ensemble des différents secteurs fédéraux afin de développer leurs actions.

2. CHAMPS D' ACTIONS et PROCEDURES

- 2.1. Dans le cadre du plan marketing approuvé par le Bureau Directeur, elle assure le suivi :
 - De l'élaboration des différents contrats avec le service juridique fédéral,
 - De la mise en place des engagements présents dans les contrats de partenariat,
 - Des résultats et analyses des opérations contractualisées.
- 2.2. Dans le cadre du plan de communication approuvé par le Bureau Directeur, elle assure le suivi des différents supports de communication :
 - **Média :**
 - Presse écrite,
 - Production et diffusion TV,
 - Presse radio,
 - Affichage.
 - **Hors média**
 - Supports imprimés annuels (calendrier, programmes grandes épreuves, licences, cartes de vœux, ... etc.),
 - Supports imprimés thématiques (féminines, jeunes, haut niveau, communication olympique, ... etc.).
 - **Communication électronique**
 - Sites fédéraux,
 - Lettre d'information internet.
- 2.3. La CNMC est garante de la cohérence de l'ensemble des actions et délivre les « Bons A Tirer » des différents supports.
- 2.4. Elle organise les appels d'offres et consultations. Elle propose les prestataires au Trésorier Général ou au Bureau Directeur Fédéral en fonction des montants financiers en jeu. Elle valide et contrôle les engagements financiers des prestataires extérieurs.
- 2.5. Elle constitue, en son sein, un « comité de relecture » chargé de contrôler l'aspect et la concordance de l'ensemble des documents nécessaires à la communication fédérale.

3. COMPOSITION

La CNMC est composée :

- D'un Président qui s'entoure d'autant de membres que nécessaire,
- Du responsable du secteur « marketing » fédéral,
- Du responsable du secteur « communication » fédéral,
- D'un membre proposé par la Direction Technique Nationale et validé par le Président de la commission.