



**Doc 14. RAPPORT ANNUEL DU DEPARTEMENT " Communication - médias "**  
**2012 - 2013.**

Période d'activités du 01/06/2012 au 15/05/2013.

**1. Missions :**

- L'information des clubs via la rédaction et l'envoi de la lettre des secrétaires,
- La communication externe de l'AWBB via les contacts avec la presse écrite, télévisuelle et parlée
- La communication interne via la gestion et le développement du site internet et via le canal d'autres réseaux sociaux.

**2. Composition du département :**

DELRUE Isabelle	Présidente
DELCHEF Jean - Pierre	Président CDA AWBB
BEN AISSIA Sélim	Membre du personnel

**3. Rapports :**

Les différentes lettres du secrétaire furent abordées lors de chaque réunion du Conseil d'Administration.

Les autres activités furent également abordées lors des réunions du CDA.

**4. Activités de la saison 2012 - 2013 :**

- Six lettres ont été envoyées par mail, de façon non périodique, contenant des informations venant des différents départements ou du secrétariat général, à faire passer aux secrétaires de club, elles furent également envoyées aux secrétaires des comités provinciaux et des groupements des parlementaires.
- Communiqués de presse et invitation aux événements : un communiqué de presse fut rédigé et envoyé avant chaque grand événement à savoir le Season Opening, Journée des cadres du 15/12, U16 girls X-Mas Tournament, les JRJ, les  $\frac{1}{2}$  Finales et Finale Coupe AWBB,  $\frac{1}{2}$  Finales et Finale Coupe de Belgique Dames.
- Pour la première fois, une conférence de presse fut organisée pour annoncer les  $\frac{1}{2}$  Finales et la Finale de la Coupe de Belgique dames organisées par l'AWBB les 27 avril et 1<sup>er</sup> mai 2013.

- Au nombre des innovations, il convient de citer le lancement de AWBBtv qui a permis la retransmission des Finales de coupe AWBB 2013, du tournoi Christmas Basket à Jambes, les rencontres des journées régionales de jeunes. Les premières réalisations sont éloquentes et l'ambition est de permettre de développer ce moyen de communication au travers des activités régionales et provinciales.
- Grâce à l'apport enthousiaste de notre nouveau collaborateur, chargé du marketing, la page Facebook de l'AWBB a connu une croissance exponentielle : si elle comptait déjà 600 lecteurs assidus, ce sont désormais 3.062 amis qui suivent l'AWBB au quotidien. Délibérément à la page, l'AWBB entre dans l'ère de la communication instantanée.

Par ailleurs, le lancement de concours pour des places en D1 dames, pour la Coupe ou des rencontres de play-off a connu un beau succès renforcé par l'opération ballons qui a permis aux clubs de l'AWBB de faire étalage de leur imagination, humour et attachement à leur fédération.

## **5. Conclusion :**

Le département remercie Sélim Ben Aissia pour son investissement. L'échange des idées est assurément (basket) profitable et porteur de beaux jours.

A l'ère de la communication l'AWBB poursuit ses efforts pour informer en temps réel ses principaux interlocuteurs à savoir les clubs et leurs dirigeants et ce par les différents réseaux sociaux. Par ailleurs, les relations avec les membres de l'AWBB constituent un nouveau défi dont les prémices sont plus que favorables.

Isabelle DELRUE

Présidente

