

MARKETING STRATÉGIQUE ET DÉVELOPPEMENT DU JUDO EN CÔTE D'IVOIRE

Katia OUATTARA

*Docteur (PHD) en Sciences de l'Information et de la communication
Assistant Département des Sciences de l'Information et de la communication*

*Université Peleforo Gon Coulibaly, Korhogo
Côte d'Ivoire*

ouattarakatia@yahoo.com

Résumé

Les difficultés des fédérations sportives ivoiriennes à remplir correctement leur mission de service public nous ont conduit à mener une réflexion sur le thème « marketing stratégique et développement du judo en Côte d'Ivoire ». Cette étude diagnostic menée à partir des modèles de Porter et d'Ansoff, appliqués à la Fédération Ivoirienne de Judo et disciplines Assimilée (FIJDA), relève un pouvoir de négociation faible de l'organe fédéral vis-à-vis des médias et des sponsors, le peu de notoriété et de pratique de la discipline, la mauvaise image, une forte concurrence directe et indirecte, une faiblesse budgétaire et organisationnelle auxquels s'ajoutent le peu de sympathisants, la démotivation des responsables de clubs et des conditions de travail peu satisfaisantes pour les athlètes qui handicapent son évolution. La fédération est invitée à faire usage des outils de communication. Pour une meilleure distribution des maîtres de salle, la mise en place d'un Conseil de Ceinture Noire (CCN) est conseillée. De même, l'expérience africaine en matière de confection de tapis d'entraînement est fortement recommandée pour faire face au déficit dans le secteur.

Mots-clés : *marketing stratégique, développement, sponsoring, notoriété, promotion de vente*

Abstract

The difficulties faced by Ivoirian federations to correctly fulfil their mission led us to carry a research on strategic marketing and the development of the judo in Côte d'Ivoire. This diagnostic study inspired from the model of Porter and Ansoff and applied to the Ivorian Judo Federation and associated disciplines (FIJDA), as noticed a very weak negotiation influence from federal organ vis-à-vis medias and sponsors, a few notoriety and the practice of the discipline, a bad reputation, direct and indirect competition, a weakness in the budget and the organization system with, in addition, few sympathizers, demotivation of clubs representatives, and unsatisfactory working conditions for athletes which slow down the evolution. The judo federation is invited to use communication tools. For a better distribution of the master of room, the establishment of a Council of the Black Belt (CCN) is advised. Similarly, the African experience in making training mats is strongly recommended to deal with the deficit in the sector.

Keywords: *strategic marketing, development, sponsoring, notoriety, sale promotion*

Classification JEL D 11

Introduction

Le sport est un élément important de la société en raison de son intérêt social, éducatif, médical, etc. En effet, tout en contribuant à la paix sociale, par exemple, par le développement d'un sentiment d'appartenance à une nation, à une région, à un département à l'occasion de grandes victoires, le sport favorise la bonne santé et contribue à l'éducation des populations. L'État, conscient de cette réalité, a créé le Ministère des Sports et Loisirs (MSL) en vue de mieux organiser et promouvoir cette activité sur tout le territoire. Dans ce sens, des missions de service public ont été concédées aux fédérations sportives. Malheureusement, en dehors du football et du maracana, la plupart des disciplines sportives sont absentes des villes du pays empêchant ainsi ses habitants de pratiquer les activités sportives de leur choix. C'est le cas du judo, art martial japonais, qui se caractérise par les techniques de projection et d'immobilisation au sol.

Après soixante et trois ans d'existence en Côte d'Ivoire, il est bon de procéder à une analyse diagnostic afin de parvenir à la relance de ce sport. Cela conduit aux questions suivantes : quelles sont les faiblesses et menaces auxquelles la Fédération Ivoirienne de Judo et Disciplines Assimilées (FIJDA) est confrontée ? Et quelles sont les forces et opportunités sur lesquelles elle peut s'appuyer pour relancer son développement ?

La méthodologie utilisée pour cette étude s'appuie essentiellement sur les modèles d'Ansoff et de Porter. Ceux-ci, cités par Tribou et Auge, 2003 :154-157, ont déjà été appliqués aux associations sportives. Le premier modèle fait un diagnostic de l'entreprise sportive (forces, faiblesses, opportunités et menaces). Le second (modèle de Porter) analyse l'environnement des organisations sportives en tenant compte de l'intensité de la concurrence, du taux de croissance, de la capacité de négociation avec les partenaires, du palmarès et des habitudes de fréquentations, etc.

Pour aller dans le sens de ces modèles et pour tenir compte de la dimension humaine, nous avons effectué des entretiens auprès du personnel fédéral (les deux permanents) et de sept dirigeants de club (sept maîtres de salle) à Abidjan et à l'intérieur du pays en vue de déterminer leurs attentes. Dans le cadre de la répartition de ces enquêtes, nous avons tenu compte des espaces géographiques dans lesquels se trouve les associations sportives. En effet du fait de l'éloignement géographique de certains clubs du siège fédéral (situé à Abidjan), les préoccupations peuvent ne pas être les mêmes, d'où un échantillon qui tient compte de cette réalité. À partir de l'observation directe, trois critères ont permis d'arrêter la liste des clubs. Il s'agit de l'existence d'un espace d'entraînement, des tatamis (tapis) servant à la pratique sportive et un maître de salle ayant au moins la ceinture noire. Ces éléments sont nécessaires car le judo, en raison des projections au sol, ne peut se faire sans protection (tatami). Il exige également un maître de salle assermenté pour garantir la qualité de la formation. À cela, il faut ajouter un espace clos pour protéger les pratiquants et les tapis des intempéries. Nos enquêtes montrent que la pratique de la discipline a lieu dans six villes du pays, au sein de 32 clubs, selon la répartition suivante :

Tableau 1 : répartition des clubs en fonction des villes

N°	Ville	Nombre	Clubs
1	Abidjan	26	Judo Club (JC) Sococe, JC Cocody, JC Equinox, JC Eburni Treichville, JC Institut National de Jeunesse et des Sport (INJS), JC Academi des Mers, JC ASEC, JC Jujutsu Tigré Yopougon, JC Hotel Ivoire, Kodokan 90, JC Marcory, JC Camps Gallieni, JC Société Omnisport de l'Armée (SOA), Athletic Club, JC AJA, JC Riviera, Centre d'Éducation Sportif et Culturel d'Abidjan (CESCA), JC Boa Yves, AS Police, JC Jujitsu Tigré Marcory, Centre sportif Lahiri, BAE Yopougon, JC Université FHB, JC Abé, JC Daphné, JC Allabra,
2	San-Pédro	1	JC San-Pédro
3	Bingerville	1	JC Bingerville
4	Toumodi	1	JC Toumodi,
5	Yamoussoukro	1	JC Institut National Félix Houphouët-Boigny (INPHB)
6	Bouaké	2	JC Bouaké, JC Ivoire

Ainsi, nous avons interviewé trois dirigeants de clubs situés à Abidjan, un dans la zone sud située hors de la capitale économique et trois à l'intérieur du pays. Ces enquêtes auprès des responsables d'associations sont nécessaires car en Côte d'Ivoire, on constate de nombreuses crises au sein des organisations sportives ce qui ternit leur image.

Pour obtenir le niveau de notoriété de la Fédération et pour prendre également en compte ses préoccupations, nous avons soumis un questionnaire au public sportif (385 personnes) des localités abritant les différents clubs appartenant à la FIJDA. Ce chiffre s'explique par le fait qu'il n'y a pas de données concernant la population sportive. Sur cette question, Malhotra (2011 :304) nous donne une taille de l'échantillon (n) avec un taux de précision de 95% lorsque l'enquêteur ne dispose pas de base d'échantillonnage. Pour une question de représentativité, nous avons choisi quatre (4) villes (Abidjan, Bouaké, Bingerville, Yamoussoukro) sur les six (6) qui abritent les clubs de judo. En tenant compte du Recensement General de la Population et de l'Habitat (RGPH) 2014, nous avons reparti l'échantillon (385 personnes) proportionnellement au poids des populations des villes enquêtées dans la population totale de ces quatre localités. Le RGPH 2014 nous donne également le taux de masculinité (H/F) qui est de 1,070393 ce qui permet de dire qu'au niveau national, il y a 51,7% d'hommes et 48,3% de femmes.

Tableau 2 : Répartition de la population et de la taille de l'échantillon en fonction des localités choisies et du genre

Villes	Population RGPH 2014	En %	Échantillon proportionnel	Hommes 51,7%	Femmes 48,3%
Abidjan	4.395.243	82%	316	163	153
Bouaké	608.138	11%	42	22	20
Yamoussoukro	281.735	5%	19	10	9
Bingerville	91.319	2%	8	5	3
Total	5.376.435	100%	385	200	185

Les pratiquants étant des acteurs incontournables de la fédération, nous les avons également interrogés en vue de prendre en compte leurs attentes. Ainsi sur une population totale de 239 athlètes, pour une question de représentativité, nous avons appliqué un taux de 50% ce qui nous donne un échantillon de 120 individus ($239 \times 50\% = 119,5$ soit 120) à interviewer. Ce chiffre représente l'ensemble de la moitié des compétiteurs à interviewer dans chaque club.

1. Résultats

1.1 Les forces

La Fédération Ivoirienne de Judo et Disciplines Assimilées est une structure légale reconnue aussi bien par les autorités ivoiriennes que par les instances sportives internationales que sont l'Union Africaine de Judo (UAJ), la Fédération Internationale de Judo (FIJ) et le Comité Internationale Olympique (CIO). La FIJDA fait partie des 56 fédérations admises par l'État de Côte d'Ivoire. À ce titre, elle bénéficie de moyens mis à sa disposition par le Ministère des Sports et Loisirs (MSL). Il s'agit d'un siège social situé au Stade Félix Houphouët-Boigny et d'un apport financier constitué de la parafiscalité (20.000.000 FCFA) auxquels s'ajoute une subvention pour les épreuves internationales (35.000.000 FCFA). Au niveau de l'Afrique et du Monde, elle représente le pays à la plupart des compétitions organisées par l'UAJ. Cette structure sportive était présente lors des Jeux Olympiques (JO) de Rio 2016 avec une athlète : Zouleya Dabonné. Une telle situation est importante pour les autres acteurs du sport (ambassades, médias, Conseils municipaux ou Généraux) notamment pour les entreprises qui cherchent à travailler avec des organisations légalement constituées, détentrices d'un document à cet effet.

À cet atout, il faut ajouter que la FIJDA a de très bons rapports avec le Ministère en charge des sports, facilitant ainsi son pouvoir de négociation vis-à-vis de la tutelle. En 2014, elle a même bénéficié d'une aide supplémentaire de 20 millions en guise de félicitations pour ses résultats. Le MSL a même sélectionné la FIJDA parmi les huit (8) disciplines sportives prioritaires de ce pays, en 2015. Elle peut donc bénéficier de davantage d'aide.

Elle a également un très bon pouvoir de négociation avec l'Ambassade du Japon en Côte d'Ivoire. Cela se manifeste par la formation des cadres techniques et par la remise de matériels pour la vulgarisation du judo sur le territoire. Ainsi, en 2016, le Directeur Technique National (DTN) a pu effectuer un stage de formation de trois mois au Japon. De même, pour son développement, de 2008 à 2018, la FIJDA a bénéficié de 2000 mètres carrés de tapis de l'Ambassade du Japon, soit 400 en 2008, 2015 ; 800 en 2013 et 400 en 2018. Durant cette même période, la même institution lui a remis 500 kimonos en 2008, 1000 respectivement en 2010, 2013 ; 730 en 2015 et 500 en 2018.

Au niveau du palmarès, les enquêtes (source : www.civjudo) montrent qu'au championnat du Monde, l'équipe ivoirienne de judo a été classée septième à Minster 1998 et Munich 2001. Au niveau africain, des athlètes tels que Marc Yao Kouamé, Yalo Goua Lou et Paul Aimé Krizoua ont été médaillés d'or à Ouagadougou en 2000. Il en est de même d'Amed Touré et Zouleya Dabonné qui ont respectivement remporté la même médaille au Sénégal en 2007 et au Benin en 2013. En 2017, aux Jeux de la Francophonie à Abidjan, Zouleya Dabonné et Fofana Fatim ont remporté chacune une médaille d'argent tandis qu'en 2018, l'équipe ivoirienne a obtenu la médaille d'or par équipe cadet aux Jeux africains de la jeunesse à Alger. Au niveau européen, Isaac Angbo et Yalo Goua Lou ont été chacun médaillés d'or au Tournoi européen de Toulouse 1995.

L'équipe nationale de Côte d'Ivoire est donc une équipe qui gagne, ce qui constitue une force pour les raisons suivantes : d'abord, il y a l'impact des résultats internationaux sur l'augmentation des pratiquants. Sur cette question, (Martin, 2011 :87) nous informe que « les résultats engendrent une répercussion sur la courbe des licences et il est important de souligner le rôle des médias (télévisés et presse écrite) dans l'attachement et la représentativité des plus jeunes envers les champions tricolores ». Il reste donc à la Fédération de judo de mettre en place une bonne politique de mobilisation des moyens de diffusion de l'information afin que les performances sportives obtenues se répercutent effectivement sur le volume de la pratique. Ensuite, la FIJDA ayant déjà d'excellentes relations avec le ministère de tutelle, les bons résultats sportifs obtenus renforcent son pouvoir de négociation vis-à-vis de celui-ci. Enfin, ces résultats sont un atout dans la conquête des sponsors. En effet, en s'associant à une telle fédération, ceux-ci pourraient faire passer l'image d'une entreprise qui gagne mais aussi celle d'une entreprise citoyenne.

De plus, les valeurs du judo que sont la politesse, le courage, la sincérité, l'honneur, la modestie, le respect, le contrôle de soi, l'amitié peuvent séduire des entreprises. Par exemple, à travers la sincérité ou le respect, ces sociétés peuvent donner l'image de marques qui respectent leurs engagements et les consommateurs. Ces valeurs à l'image du courage, de la maîtrise de soi, de la politesse, du respect de l'autre sont également un véritable moyen d'éducation des populations. Nos enquêtes montrent que 64% des pratiquants du judo en Côte d'Ivoire ont moins de 18 ans. La volonté des parents de permettre à leurs enfants d'acquérir une véritable éducation à travers le judo peut expliquer ce chiffre. Si les valeurs du judo constituent une force pour la discipline, il faudrait que la Fédération en fasse un véritable axe de communication auprès des différentes familles à travers, par exemple, un démarchage à domicile, pour davantage transformer cet atout en une augmentation de la pratique. Dans ce sens, ce porte-à-porte devra se faire avec des prospectus.

Pour communiquer aussi bien à l'intérieur qu'avec l'extérieur, elle a un site internet (civ.judo.org) et une page Facebook qui peuvent intéresser les sponsors dans la mesure où ils pourraient y communiquer sur leur marque. (Adhepeau, 2014 :117-118) nous informe que l'utilisation de l'internet est une réalité en Côte d'Ivoire et que celle-ci « se renforce aujourd'hui avec le succès grandissant des outils de social media ». Les réseaux sociaux constituent donc une force dans la séduction du public ivoirien. (Chanavast et Desbordes, 2016 :386) vont plus loin en nous informant que le digital est un media aux fonctions multiples permettant d'atteindre divers objectifs marketing car « il permet de communiquer, d'informer, d'animer, de fidéliser, de conquérir, de partager, de vendre, de divertir ou d'internationaliser ». On le voit ainsi, les réseaux sociaux numériques permettent ainsi d'échanger avec les internautes, de capter de nouveaux adhérents, de gagner leur loyauté, de s'ouvrir au monde entier et de vendre des produits dérivés en vue de son développement. Même si Facebook est le média social le plus utilisé, la FIJDA pour rester dans cette dynamique doit investir les autres réseaux sociaux (Twitter, Instagram, Pinterest, Deezer, Dailymotion, etc.) en vue de séduire les entreprises et gagner de nouveaux adhérents.

La Fédération de judo a aussi des faiblesses qu'il faut aborder dans le cadre de son diagnostic.

1.2 Les faiblesses

Au niveau financier, sur un budget annuel de 263.000.000 FCFA, la FIJDA n'arrive à mobiliser que 60.735.000 FCFA. La répartition annuelle est la suivante : 735.000 FCFA pour l'affiliation des clubs, 20.000.000 FCFA pour la parafiscalité, 35.000.000 FCFA représentant la subvention étatique et 5.000.000 FCFA pour les dons. Entre les recettes (60 .735.000 FCFA) et les besoins (263.000.000 FCFA), il y a un écart de 202.265.000 FCFA d'où les difficultés de financement de son programme d'activité notamment au niveau local où il y a très peu de compétitions. Cette réalité montre que la FIJDA connaît un problème budgétaire. La part de l'État qui est de 90,55% (55.000.000/60735.000 FCFA) du budget de fonctionnement fédéral montre la nécessité pour la Fédération de séduire les sponsors et d'augmenter ses fonds propres en créant des produits en dehors des compétitions.

La FIJDA a une faible notoriété (1%) car lorsqu'on demande au public sportif de nous dire les associations sportives (club et fédération) qu'il connaît en Côte d'Ivoire, c'est la FIF (64,6%), l'ASEC (59,3%), l'Africa (39,3%) et le Séwé Sport de San-Pédro (25,7%) qui reviennent régulièrement. Ces résultats s'expliquent par la médiatisation du football ivoirien par rapport aux autres disciplines. Par exemple, la FIF arrive en première position à cause de la forte visibilité médiatique dont elle bénéficie à chaque campagne africaine (CAN 2010, 2012, 2015, 2017, etc.) et mondiale (2006, 2010, 2014). Quant à l'ASEC et l'Africa Sport, en plus de la couverture du championnat par la RTI, ils ont leurs propres supports de diffusion de l'information (Mimosas Magazine et Les Aiglons) ce qui contribue davantage à leur notoriété. Cette réalité montre la nécessité pour la FIJDA de faire des efforts considérables pour avoir une visibilité médiatique notamment télévisuelle étalée dans le temps. Elle doit aussi penser comme l'ASEC et l'Africa à avoir ses propres médias pour ne pas subir le diktat de l'ensemble des moyens de diffusion techniques.

De plus, il y a très peu d'affluence lors des compétitions. D'ailleurs, la FIJDA ne revendique que 500 supporters, ce qui nous paraît insuffisant compte tenu du nombre de la population ivoirienne (25.000.000 d'habitants). Une forte présence de l'audience directe est importante car

elle permettrait l'entrée de devises grâce, par exemple, à la contribution du public sportif (ticket d'entrée) mais aussi des autres acteurs tels que les médias (couverture, droit TV) et les sponsors. Nous pensons que la FIJDA gagnerait à délocaliser certaines compétitions dans des quartiers populaires et à l'intérieur du pays.

De plus, 84 % des compétiteurs du judo interrogés affirment que leurs conditions de travail ne sont pas satisfaisantes et qu'une telle situation a un impact sur leurs performances. Ces conditions ont pour nom : matériel de travail insuffisant, lieux d'entraînement inadaptés à la pratique, lieux de compétitions inadaptés, absence de frais de transport et de primes de compétition, etc. Cette réalité peut avoir des incidences sur la qualité du spectacle et par conséquent sur l'arrivée des partenaires (médias, sponsors, public, etc.) incontournable pour le développement de la discipline.

Aux faiblesses déjà évoquées, il faut aussi relever une faiblesse de la pratique sportive au plan national. En effet, il n'y a que 1368 judokas pour une population de 25 millions d'habitants. Beaucoup plus de pratiquants signifieraient davantage de supporters dans la mesure où chaque compétiteur bénéficierait du soutien d'au moins un membre de sa famille. Outre cela, à l'exception du judo club de Toumodi, du Judo Club INPHB de Yamoussoukro, des Judos Clubs Ivoire et Roseaux de Bouaké, tous les autres clubs (28) sont dans la zone Sud, notamment à Abidjan avec vingt-six (26) organisations. Les associations sportives, au sud, non situées dans la capitale économique sont le Judo Club de San-Pédro et le Judo Club de Bingerville. La FIJDA ne peut donc revendiquer une représentativité nationale. Une telle réalité peut freiner les entreprises qui souhaitent toucher toutes les populations du pays à travers cette discipline.

Dans la ville d'Abidjan, on note une absence d'espace de pratique dans les communes de d'Abobo, d'Adjamé, de Port-Bouet et d'Attécoubé. On constate une concentration des dojos dans la commune de Cocody (14) suivie des communes de Yopougon (4), Marcory (4) et Plateau (2). Quant aux autres communes (Treichville, Koumassi), elles ont chacune un dojo. Il y a donc ainsi une inégale distribution des salles de judo dans la ville d'Abidjan limitant ainsi son développement. Cette réalité est valable pour la répartition des formateurs de ce sport. Nos enquêtes relèvent 118 entraîneurs dans la zone sud sur les 133 que compte le pays soit 90,22%. Une réflexion fédérale doit être menée pour faire face à cette situation. Quelles sont les opportunités que la FIJDA doit saisir pour relancer son développement ?

1.3 Les opportunités

La répartition des maîtres de salle selon les villes de Côte d'Ivoire laisse apparaître de réelles possibilités d'extension du judo dans quatre autres villes du pays. En effet nos enquêtes relèvent la présence de deux encadreurs de judo à Divo, d'un entraîneur de la discipline respectivement à Daloa, Gagnoa et Jacqueville. Avec deux ceintures noires habitant Divo, cette ville reconnue auparavant comme l'une des communes phare de cette pratique peut y ouvrir deux autres dojos. Au sein de la ville d'Abidjan, des entraîneurs de judo habitent certaines communes alors qu'il n'y a pas de club. C'est le cas d'Abobo (7 ceintures noires), Adjamé (7 encadreurs) et Port-Bouet (1 formateur de judo). Quant à Attécoubé, en raison de sa proximité avec Adjamé et Yopougon (22 ceintures noires), cette commune peut y ouvrir au moins un dojo.

De même, on note une concentration des formateurs de judo dans certains dojos. C'est le cas du Kodokan Ivoirien 90 qui a 11 ceintures noires pour 35 adhérents. Il en est de même pour le JC

Reseaux de Bouaké qui a dans son dojo 6 maîtres de salle pour 20 adhérents tandis que l'AS Police à 35 adhérents pour 5 ceintures noires. Si nous considérons qu'une ceinture noire peut ouvrir un dojo, les 133 maîtres de salle sont donc une opportunité pour la FIJDA d'avoir 133 dojos répartis sur tout le territoire national. Il faut néanmoins un espace de regroupement de ces gradés du judo de sorte qu'ils puissent échanger entre eux pour voir comment procéder à une meilleure distribution des formateurs de la discipline en vue de son développement. Dans ce sens, la mise en place d'un Conseil de Ceintures Noires (CCN) pourrait permettre de répondre à une telle attente. Il faut noter aussi le cas des étudiants ceintures noires en formation à l'École Normale Supérieure (ENS) et à l'Institut Nationale de la Jeunesse et des Sports (INJS). La Fédération de judo en relation avec les concernés, le CCN et le Ministère de tutelle devront veiller à ce que leur affectation après leur formation tienne compte des espaces de non pratique.

Pour faire face à la question des tatamis, il faut saisir l'opportunité qu'offre l'expertise africaine. Les tapis d'entraînement du Judo Club de Bouaké ont été confectionnés à partir de son de riz et utilisé par l'Opération des Nations Unis en Côte d'Ivoire (ONUCI) à Bouaké, pendant la crise postélectorale ivoirienne, pour la formation des soldats. Cette expérience à l'africaine peut servir à ouvrir de nombreux clubs de judo en Côte d'Ivoire et étendre sa diffusion.

Outre cela, l'organisation de la Coupe d'Afrique des Nations (CAN) 2023 de football est également une chance pour les autres sports en Côte d'Ivoire. En effet, la construction de nouvelles infrastructures sportives conformes aux normes internationales est annoncée dans plusieurs villes de Côte d'Ivoire (Korhogo, Bouaké, Abidjan, San-Pedro, etc.). Le caractère moderne de ces stades (6 stades et 24 terrains d'entraînements) impose la mise à disposition d'espaces sportifs aux autres disciplines. Cela pourra réduire le déficit constaté dans ce milieu.

À la suite des forces, des faiblesses et des opportunités, nous terminons l'analyse diagnostic de la FIJDA par les menaces auxquelles elle est confrontée.

1.4 Les menaces

La FIJDA est soumise à la concurrence de 55 autres fédérations sportives en Côte d'Ivoire aussi bien dans sa relation avec l'État, avec les médias, que dans le cadre de sa conquête du public sportif et des sponsors. À cela, il faut également noter la concurrence de 5018 clubs.

Au niveau des arts martiaux, la FIJDA a 8 fédérations directes concurrentes à savoir : La Fédération Ivoirienne des Arts Martiaux Chinois (FIAMC), la Fédération Ivoirienne de Karaté et Disciplines Associées (FIKDA), la Fédération Nanbudo Côte d'Ivoire (FENACI), la Fédération Ivoirienne de Taekwondo (FITKD), la Fédération Ivoirienne de Jujitsu et Défense Personnelle (FIJDP), la Fédération Ivoirienne de Qwan ki Do (FIQDO), la Fédération Ivoirienne de Vovinam Vietvodao (FIVD), la Fédération Ivoirienne de Vo Co Truyen Vietnam (FIVT-VN). Toutes ces associations mettent en avant les valeurs éducatives de leur discipline. Il faut donc à la FIJDA trouver un positionnement qui puisse le distinguer des autres.

Depuis 2012, la FIJDA connaît une difficile collaboration avec certains clubs parmi lesquels le Kodokan Ivoirien 90, le JC de Cocody, le JC Roseaux de Bouaké, etc. Cette réalité ternit son image et menace ses relations avec les autres acteurs du système sportif parmi lesquels les sponsors et le public. Ces clubs contestent l'autorité fédérale et se retrouvent régulièrement pour mener leurs propres activités. Cette situation fragilise la Fédération dans son processus de

développement. Il appartient à la Fédération de faire usage des outils de communication interne en créant un journal d'entreprise et en mettant en place une boîte à idées en vue de recueillir les préoccupations des dirigeants fédéraux. De même, elle doit faire usage des outils de sondage tel que l'entretien ou le questionnaire. Les entretiens que nous avons eus avec ces responsables ont fait ressortir les attentes suivantes : une insuffisance de compétitions au plan national, le manque de délocalisation des compétitions à l'intérieur du pays, des problèmes de gouvernance, un problème d'infrastructures sportives, le manque et le problème de sécurité des tapis d'entraînement, la cherté des coûts des kimonos et la longévité du président de la fédération à la tête de la structure (14 ans). Ces préoccupations doivent être recueillies et traitées avec les concernés eux-mêmes. L'aide inestimable du Japon (3730 kimonos, 2000 surfaces de tapis) peut permettre déjà de répondre à un certain nombre d'attentes des dirigeants de clubs en termes de tapis et de kimonos. Si la fédération est habilitée à prendre les grandes décisions, il faut qu'elle associe les clubs à la gestion de ce matériel incontournable pour une bonne pratique du judo. Les résolutions prises par l'instance dirigeante de la FIJDA doivent être bien expliquées pour éviter des incompréhensions.

Il faut aussi noter l'existence d'une pratique du judo auto organisée en dehors du cadre fédéral. Elle est le fait de deux organisations sportives privées (le Judo Club Hôtel Ivoire et l' Athletic) qui recherche avant tout la rentabilité économique.

Conformément aux modèles d'Ansoff et de Porter, nous résumons le diagnostic que nous avons fait dans le tableau qui suit :

Tableau 3 : Diagnostic de la FIJDA

Diagnostic externe	Diagnostic interne
<p>Opportunités :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présence de ceintures noires dans des espaces de non pratique du judo (Divo, Daloa, Jacqueville, Gagnoa, Abobo, Port Bouet, Adjamé). Possibilité d'ouverture de club - Existence de 133 formateurs de judo sur le territoire (opportunité d'ouvrir 133 dojos) - Expertise ivoirienne en matière de confection de tatamis à partir de son de riz - La disponibilité de l'Ambassade du Japon vis-à-vis de la FIJDA - Organisation de la Coupe d'Afrique des Nations 2023 de football Côte d'Ivoire (construction de nouvelles salles) - Bon résultat sportif des équipes nationales de judo <p>Menaces :</p>	<p>Forces :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Structure légale reconnue par les autorités ivoiriennes et les instances sportives internationales : UAJ, FIJ, CIO - Bon rapport avec le Ministère de la de des Sports et Loisirs (MSL) - Bon pouvoir de négociation vis-à-vis de l'Ambassade du Japon pays d'origine du judo - Bon palmarès sportif au plan africain et mondial - Site internet (www.civjudo.org) et page Facebook (permet d'atteindre divers objectif marketing) - Valeur du judo : le courage, la sincérité, l'honneur, la modestie, le contrôle de soi, l'audace, l'amitié, la politesse (moyen de séduction des parents d'enfants, des entreprises, de l'État, etc) <p>Faiblesses :</p>

<ul style="list-style-type: none"> - Mauvaise image due à une difficile collaboration avec certains clubs depuis 2014 - 55 fédérations sportives en concurrence. Les fédérations telles que la FIF, la FIMADA, la FIC bénéficient d'une image forte auprès des entreprises et d'une affluence lors des compétitions - 5018 clubs en concurrence avec la FIJDA - Au niveau des arts martiaux, huit (8) disciplines sont en concurrence directe avec la FIJDA : FIAMC, FIKDA, FENACI, FIQDO, FIVT-VN, FIVD, FIJDP, FIJDP - Au niveau du judo, on constate une pratique auto-organisée hors du cadre fédéral <p><u>Synthèse des facteurs clé de succès</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Fort potentiel de développement du judo dans les communes d'habitation des maîtres de salle à partir de 133 encadreur repartis sur le territoire 2) Expertise africaine en matière de confection de tatamis grâce au son de riz 3) Opportunité de construction de salle à partir de la disponibilité de l'Ambassade du Japon et de la nation qu'elle représente 	<ul style="list-style-type: none"> - Faible notoriété (1%) - Faiblesse budgétaire - Peu d'affluence lors des compétitions - Faiblesse de la pratique nationale (Seulement 1368 licenciés pour une population de 25 millions d'habitants) - À Abidjan, absence de pratique de judo à Abobo, Adjamé, Attecoubé, Port Bouet - Couverture médiatique faible - Conditions de travail peu satisfaisantes pour les athlètes, - Avec 32 clubs dont 28 dans la zone Sud, la FIJDA ne peut prétendre à une représentativité nationale - Pouvoir de négociation faible vis-à-vis des médias et des entreprises - Insuffisance d'infrastructures <p><u>Compétences distinctives</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Obtention de salle de sport dans les établissements scolaire grâce au bon pouvoir de négociation entre la FIJDA et la puissance publique 2) Fort potentiel d'augmentation de la pratique chez les jeunes et captation de ressources grâce à la séduction des parents d'enfants, des entreprises et des médias à partir des valeurs du judo
---	--

<p>Choix stratégique</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Promotion de vente pour augmenter le nombre de pratiquants et donc de sympathisants 2) Mise en place d'un Conseil de Ceintures Noires (CCN) 3) Expertise africaine en matière de confection de Tatami 	<p>Moyens</p> <ul style="list-style-type: none"> - "Opération un million de pratiquants par an" avec la remise d'autorisations gratuites d'entraînement, pendant trois mois, à un million d'individus chaque année - Démarchage à domicile - Décentralisation de cet organe, meilleure distribution des ceintures
---	--

<p>4) Recherche des sponsors</p>	<p>noires sur toute l'étendue du territoire,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Utilisation de l'expertise humaine locale - Mise en place d'une commission sponsoring et marketing confiée à un spécialiste - Augmentation du public sportif de la FIJDA (actions citoyennes, démonstrations publiques, promotion de vente, installation de ligues et de clubs à l'intérieur, etc.) - Communication médias pour étendre sa notoriété (TV, radio, affichage, presse écrite) - Mise en place d'une commission promotion et développement chargée d'étendre le judo sur le territoire - Location d'un siège social avec plus de bureaux
----------------------------------	--

Conclusion

Au terme de ce travail intitulé marketing stratégique et développement du judo en Côte d'Ivoire, il ressort que la FIJDA a beaucoup de faiblesses. Celles-ci sont liées à la notoriété, à l'organisation, à la pratique au plan national, au soutien des populations, à la distribution des dojos, des maîtres de salle, etc. À cela, il faut noter qu'elle est confrontée à une concurrence directe (8 disciplines des arts martiaux) et indirecte (55 fédérations sportives) dans sa relation avec les autres acteurs du sport : État, sponsors, médias, etc. Si cette réalité la fragilise dans sa quête de développement, la Fédération de judo peut néanmoins changer de manière manifeste l'existant en s'appuyant sur ses forces et les opportunités qui s'offrent à elle. Ainsi, pour faire face au déficit de tatamis, l'expérience africaine en matière de confection de tatamis est conseillée. Pour ce qui concerne les problèmes d'infrastructures sportives, la FIJDA doit utiliser son fort pouvoir de négociation avec l'État pour que des espaces de sport des établissements scolaires puissent servir à la pratique de la discipline. De plus, elle doit saisir son excellente relation avec l'Ambassade du Japon pour construire une salle de judo qui serait le symbole de l'amitié ivoiro-japonaise, à l'image de la salle de taekwondo en construction actuellement à Abidjan. La mise en place d'un Conseil des Ceintures Noires (CCN) est également recommandée. Ce cadre d'échange entre les formateurs du judo ivoirien permettrait une meilleure distribution des encadreurs de cette discipline sur l'étendue du territoire à partir des opportunités relevées. Il faut noter que l'augmentation de la pratique de la discipline dans chaque club passe par l'usage de la promotion de vente à travers l'opération un million de pratiquant par an. Il s'agit d'une remise d'autorisation gratuite d'entraînement pendant trois mois à un million d'individus chaque année. Cette opération devra être appuyée par un démarchage à domicile auprès de parents en mettant l'accent sur les vertus éducatives de ce sport. En tenant compte des nombreuses crises au sein des fédérations sportives, en Côte d'Ivoire, souvent liées

à des problèmes de gouvernance et d'ambition interne, l'État et les associations devront veiller à limiter les mandats à la tête des structures fédérales.

Bibliographie

- Adhepeau Michel Laurent Julien (2014), « Sur les usages des “social média” et la question des relations publiques 2.0 au sein des collectivités locales de Côte d'Ivoire », *Revue de Littérature et d'Esthétique Négro-africaine*, Abidjan, Vol 3 n° 14, Centre de Reprographie de l'Enseignement Supérieur (CRES), Justin Abo Kouame, p 117-118.
- Chanavast Nicolas et Desbordes Michel (2016), *Marketing du football*, Paris, éd Économica.
- Malhotra Naresh (2011), *Études Marketing*, 6ème édition, Paris, éd. Pearson Éducation France.
- Martin Gregory (2011), *Essai sur les territoires du judo*, thèse de doctorat en géographie sous la direction du professeur Augustin Jean Pierre, Bordeaux, Université de Bordeaux, France.
- Tribou Gary et Augé Bernard (2003), *Management du sport, Marketing et gestion des clubs sportifs*, Paris, éd Dunod.