

15



LUTTER CONTRE

LA SÉDENTARITÉ

DES SALARIÉS

CROS

BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

Créée en 2018 (fusion des CROS Bourgogne et CROS Franche-Comté)

Territoire d'intervention : **Bourgogne-Franche-Comté**

Équipe : **23** élus bénévoles, **14** salariés. Travail en collaboration avec les **8** Comités Départementaux Olympiques et Sportifs (CDOS) de la région

€ Budget : **725 000 €**

MISSION

Représenter à échelle régionale le mouvement sportif et contribuer à la transversalité des missions d'intérêt général du sport



CONSTAT

LA SÉDENTARITÉ DES SALARIÉS S'EST
FOTEMENT ACCRUE AVEC LE TÉLÉTRAVAIL
SUBI À PARTIR DU PREMIER CONFINEMENT.

En outre, il a été constaté une baisse de motivation et des difficultés d'organisation, et de concentration chez de nombreux salariés, ces derniers n'ayant pas été préparé à ce changement brutal de configuration de travail.

Un des premiers leviers pour agir à distance sur le bien-être et la santé des salariés est d'encourager la pratique sportive.



RÉPONSE

Adaptation de Work&Move

Work&Move est un dispositif de sport santé bien-être, que le CROS développe depuis 2017. En 2020, en raison de la crise sanitaire, le CROS a digitalisé se dispositif afin de dispenser un accompagnement sportif auprès des salariés.

L'évolution du dispositif Work&Move » c'est :

- Des vidéos de pratiques sportives en ligne (publiée sur le Facebook du CROS) ;
- Des lives Facebook sur différentes thématiques (bien-être et nutrition) ;
- Le développement d'une offre de vidéos de prévention en ligne (nutrition, TMS...).





MISE EN ŒUVRE



DÉROULEMENT TYPE D'UNE SÉANCE



- Préparation** : choix de la thématique, définition de l'angle éditorial, écriture du scénario.
- Tournage** : choix du lieu, installation technique, adaptation en fonction des aléas.
- Publication** : post-traitement avec choix des séquences, montage global, mise en ligne.

UNE VIDÉO,

C'EST 3 ÉTAPES



BILAN

EFFETS PRODUITS

18 VIDÉOS PUBLIÉES

2 549 VUES AU TOTAL

- Rapprochement des liens avec les associations adhérentes
- Captation d'un public plus large
- Diversification des actions proposées
- Gain de notoriété

ET APRÈS ?

En 2021, pour s'adapter à l'évolution des besoins des adhérents :
arrêt des vidéos sur les réseaux sociaux et lancement d'une offre payante de vidéos de prévention.



ANALYSE

FACTEURS DE RÉUSSITE

- + Du fait de la digitalisation des actions et de l'hyper-connexion des salariés pendant la crise sanitaire, **le dispositif a touché un large public.**
- + **Une sensibilisation des publics à pratiquer une activité sportive** pour leur bien-être durant les périodes de confinement.
- + **Une diversité de formats** permettant de répondre aux différents besoins

POINT D'ATTENTION

Après cette période de tout numérique, il est nécessaire de trouver un bon équilibre entre le distanciel et le présentiel, dans les pratiques professionnelles.



EN SAVOIR PLUS

03 80 41 77 99
bourgognefranchecomte
@franceolympique.com
www.cros-bfc.fr