

Motion CSR Région H

Exposé des motifs de la demande

La fédération est engagée dans des organisations locales, à vocation touristique ou économique, ayant trait au monde souterrain. L'exemple de l'aménagement de la Salle de La Verna en est l'illustration. Cette cavité immense est visitée avec des guides spécialisés qui savent transmettre au grand public le plaisir de la pratique spéléo.

On a aussi bon nombre de sites touristiques qui montrent nos terrains de jeu habituels. La nouvelle rubrique de SPELUNCA les met en lumière.

Or, à l'issue de ces visites, aucune proposition systématique n'est faite aux touristes de rejoindre le club le plus proche de chez eux. Au mieux, la personne intéressée trouve elle-même les coordonnées d'un guide local ou celle d'un club à proximité du site touristique.

A l'heure du numérique, les billets d'entrée sont aussi dématérialisés. Toutes ces organisations collectent de grandes quantités d'adresses électroniques. Ces dernières, croisées avec le département d'origine du visiteur, pourraient permettre de transmettre les coordonnées du CDS ou du club départemental de la fédération.

Le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) n'interdit pas de tels développements, il exige que la personne donne son aval d'être contacté par l'exploitant ou ses partenaires. Il est donc facile de mettre en place un moyen pour toucher un grand nombre de personnes.

Cette proposition n'est pas en opposition avec toutes les actions menées par la fédération comme les Journées nationales de spéléologie et de canyon (JNSC). Elle a en outre le grand avantage de toucher le public éloigné des régions karstiques et donc de voir s'étendre le nombre d'adhérents à des zones qui ne connaissent pas par proximité les possibilités d'adhésion à un club et à notre pratique.

Proposition d'évolution

Cette proposition nécessitera que les sociétés en relation avec la FFS, puissent transmettre de telles coordonnées. Il suffit que cela soit mis clairement sur le mode d'achat du billet, avec la possibilité de choix de ne pas le retenir. Ceci est pratiqué dans tous les centres d'achat par correspondance et est assez simple à mettre en place.

Il conviendra ensuite de vérifier et d'adapter éventuellement nos statuts ou règlements intérieurs, pour transmettre aux CDS et clubs les coordonnées des prospects. Le travail sera finalisé par les clubs. Ils pourront solliciter ces adhérents potentiels pour des initiations. La aussi, il sera utile de s'inquiéter des possibilités des statuts type et règlements fédéraux pour nos structures décentralisées et pour les clubs seuls.

Demande de mise au vote :

C'est pourquoi nous souhaitons que cette motion soit soumise au choix des GE :

« La Fédération Française de Spéléologie (FFS) est engagée auprès d'organisations de tourisme, soit par participation financière, soit par support technique ou expertal. Dans ce cadre, la FFS demandera à ces organismes que les fichiers électroniques de leurs clients soient utilisés afin de leur transmettre les coordonnées des clubs issus de leurs régions d'origine pour favoriser la pratique de la spéléologie par l'adhésion à un club fédéré ».

Incidence financière pour la fédération

Le coût de cette action intégrera en premier le temps passé par une personne à contacter toutes les structures à vocations touristiques ou industrielles recevant du public avec les quelles la FFS est en relation. On y intégrera les cavités touristiques et les guides affiliés à la FFS.

Il conviendra ensuite de rédiger un protocole d'accord avec ces structures pour qu'elles puissent faire remontées leurs collectes d'adresses électroniques et le N° du département d'origine des clients.

A date fixe, et en particulier juste après les rushs touristiques, vacances de Pâques, fin du printemps, fin d'été,..., la fédération adressera à chaque touriste ayant fréquenté un site, les coordonnées virtuelles du CDS ou du club du département d'origine de la personne. Les copies de ces envois seront automatiquement adressées à ces CDS et club mentionnés.

La première année, l'investissement de démarrage sera de quelques K€, environ 5.000 €, entre le temps passé de contact auprès des organismes et la rédaction des conventions. Le coût de fonctionnement sera de 1 à 2 K€ par an, maintenance du système et envoi des courriels.

Ainsi pour environ **10 000 € sur 4 ans**, une mandature, il sera possible de contacter plusieurs dizaines de milliers de personnes qui ne connaissent pas ou peu notre activité.

Jean Séchet GE pour la région H