



# LFP

## Institution

La Ligue de Football Professionnel (LFP) est une association loi de 1901 qui, sous l'autorité de la Fédération Française de Football (FFF), assure la gestion des activités du football professionnel en France. Ses principales missions comprennent l'organisation, la gestion et la régulation des deux principales divisions du football français : la Ligue 1 et la Ligue 2, ainsi que de la eLigue 1 et du Trophée des Champions. La LFP est également responsable de la commercialisation des droits de diffusion des matchs de ces championnats via sa filiale LFP Media.

• **CHIFFRE D'AFFAIRES : N/A**

• **PRÉSENCE À L'INTERNATIONAL : Non**

• **150 COLLABORATEURS ET COLLABORATRICES**



## LFP

### Club 34 : bien plus que le nouveau siège social de la LFP

#### POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

La LFP est passée de 70 collaborateurs à 150 en 3 ans à peine. Son siège social, trop exigu, lui a imposé de répartir ses salariés sur 2 sites, ce qui ne facilitait pas les interactions entre les équipes au quotidien.

La LFP souhaitait également repenser son fonctionnement, ses ambitions et même la raison d'être de son Siège pour répondre aux nouvelles méthodes de travail, être aux meilleures normes HQE et autres, et impulser un nouveau élan en phase avec son développement.

La direction générale avait pour volonté que le nouveau site ne soit plus uniquement le siège de la LFP mais davantage un lieu ouvert à tous les publics de son écosystème : la Maison du Football Professionnel.

#### 06-2024 / 01-2025 - BUDGET : 55 000 €

Le budget comprend :

Création de la marque (nom et identité visuelle, hors fabrication des éléments de signalétique), création de l'intranet d'accueil sous Wordpress).

Appli logistique.

# LFP

## Club 34 : bien plus que le nouveau siège social de la LFP

### POUR QUI ?

A destination des collaborateurs et de tous les publics de l'écosystème du football professionnel (clubs, syndicats, partenaires/sponsors).

### COMMENT ?

**Temps 1** - Construction d'une marque pour un nouveau lieu avec son identité : un nom, un logo, une charte, une signalétique, et outils déclinés.

**Temps 2** - Appropriation des espaces via un outil digital mobile first, pensé UX, éco-conçu à destination des collaborateurs mais aussi des publics externes dans un temps 2.

L'agence a proposé le format, un rubriquage, une navigation et a co-construit les contenus avec la LFP. Sur une base Wordpress, facilement administrable pour les mises à jour.

Développement d'une appli logistique pour réserver les salles de réunion, avoir accès à son casier, ...

**Temps 3** - La marque a pris un nouvel élan avec la création de pages LinkedIn et Instagram pour faire rayonner le lieu « hors les murs ».

# LFP

## Club 34 : bien plus que le nouveau siège social de la LFP

### LES RÉSULTATS

Pleine appropriation de la marque par les collaborateurs et autres parties prenantes du foot professionnel.

Le nom Club 34 est entré immédiatement et naturellement dans les échanges : "aujourd'hui, je travaille au Club 34", "on se retrouve au Club 34".

Les salariés se sont sentis valorisés par la création de cette marque premium.

Les autres parties prenantes du foot professionnel se sont appropriées le lieu et y réservent très régulièrement une salle de réunion ou un espace d'hospitalité. 33 clubs de foot professionnels ne sont pas parisiens et le Club 34 est devenu leur adresse lorsqu'ils ont des rendez-vous/réunions. C'est aussi le lieu où ils peuvent se retrouver et échanger entre eux, avec ou sans les équipes internes de la LFP.

Le Club 34 est une marque à part entière !

Les pages LinkedIn et Instagram viennent d'être créées.

### PROCESS DE COMMUNICATION RESPONSABLE

Oui : le bâtiment en tant que tel est aux dernières normes HQE.

Que ce soit dans sa conception comme dans son utilisation : tri sélectif renforcé, parking exclusivement dédié aux mobilités douces, ...

Le site intranet d'accueil a été éco-conçu : aucun visuel pour une navigation moins consommatrice d'énergie.