



RAPPORT D'ACTIVITÉ

MAI 2013-MAI 2014

Selon l'article 7 des statuts, le Bureau national est mandaté par l'assemblée générale de la FFMC pour diriger l'activité de l'association. Chaque année, il doit rendre compte de l'accomplissement de son mandat. C'est l'objet du présent document.

SOMMAIRE

I – Les acteurs de la structure nationale : bénévoles et salariés, au service d’une même cause	4
Le Bureau national : une direction collégiale composée de bénévoles élus	4
Les mandataires : des bénévoles « spécialistes »	5
Le Secrétariat national : des salariés en appui des bénévoles	5
II – Rappel des orientations votées en 2013 : Cap sur la Communication !	6
III – L’activité du Bureau national des Assises 2013 aux Assises 2014	7
Le Bureau national, garant du bon fonctionnement de la FFMC	7
Le Bureau national, garant de la réalisation de l’objet statutaire de la FFMC	14
IV – Résultats financiers	19
V – Quelles orientations pour 2014-2015 ?	21
VI – ANNEXES : Organigramme & Glossaire	22

I. Les acteurs de la structure nationale

Bénévoles et salariés, au service d'une même cause

Le Bureau national :
une direction collégiale composée de bénévoles élus

Le Bureau national met en œuvre la politique et les orientations de la FFMC telles qu'elles sont définies par les assemblées générales. Il veille au respect des statuts et du règlement intérieur, et est investi des pouvoirs les plus étendus pour administrer l'association dans la limite de son objet et sans porter atteinte aux pouvoirs de l'assemblée. Il est responsable de la structure salariée.

Le Bureau national comprend, au maximum, neuf membres, élus pour trois ans par l'assemblée générale composée des représentants des antennes, des structures et des associations nationales adhérentes (voir organigramme en annexe).

Composition du Bureau national en 2013-2014

5 membres en fonction en 2014

- Francis Cervellin, membre du BN depuis 2012
- Nathanaël Gagnaire, membre du BN depuis 2011
- Bernard Hanriot, membre du BN depuis 2012
- Frédéric Roy, membre du BN depuis 2010
- France Wolf, membre du BN depuis 2007, coordinatrice du BN

2 démissions en cours de mandat : Patrick Vriet (démission le 13 décembre 2013) et Philippe Leduncq (démission le 8 avril 2014).



Les mandataires : des bénévoles « spécialistes »

Les mandataires sont des adhérents qui ont reçu du Bureau national une délégation de pouvoir pour un temps et sur un sujet déterminé.

Le mandataire représente la FFMC nationale. Il agit et s'exprime dans les limites du mandat qui lui est confié par le Bureau national, sous la responsabilité de ce dernier.

8 mandataires en 2014

- Sites internet des antennes : Norbert Cabrol, FFMC 73
- Infrastructures : Magali Cravoisier, FFMC 60
- Réseaux sociaux : Guillaume Chocteau, FFMC 44
- Organisation des Assises : Nicolas Garand, FFMC 34
- Circuit Carole : Philippe Guérin, FFMC 77
- Traitement des adhésions : Cyrille Pétion, FFMC 33
- Finances-Gestion : Fabrice Vidal, FFMC PPC
- Relais Motards Calmos : Jean-Marc Belotti, FFMC PPC

Le secrétariat national : des salariés en appui des bénévoles

Le Secrétariat national est le support technique du Bureau national. À sa tête, le Délégué général est également le relais politique du BN auprès des antennes.

5 salariés en 2014

- Marc Bertrand, chargé de mission sécurité routière
- Catherine Galdos, juriste
- Vanessa Lebrun, secrétaire comptable
- Valentin Page, assistant de direction
- Eric Thiollier, délégué général

II. Rappel des orientations votées en 2013 Cap sur la communication !

L'assemblée générale a décidé de rénover la communication visuelle de la FFMC en validant l'adoption d'une nouvelle charte graphique et d'un nouveau logo. Elle a par ailleurs décidé de décliner cette nouvelle identité visuelle pour toutes les antennes afin de mieux illustrer leur appartenance à la Fédération et assurer une parfaite cohérence entre elles et la structure nationale vis-à-vis du public.

Texte des résolutions

Résolution n°7

L'assemblée de la Fédération Française des Motards en Colère valide l'adoption d'une charte graphique et d'un nouveau logo dans le but d'unifier et renforcer sa communication ainsi que celle de ses antennes.

Pour : 140 Contre : 11 Abstention : 6

Résolution n°8

Le nouveau logo est constitué des lettres FFMC, qui sont l'acronyme de la Fédération Française des Motards en Colère, et de la « signature » Motards & Citoyens, tel que présenté.

Pour : 108 Contre : 37 Abstention : 19

Résolution n°9

Le logo antenne reprend le logo national auquel sont associés sur sa droite le numéro et le nom du département.

Pour : 140 Contre : 17 Abstention : 12

En matière de sécurité routière, aucune résolution n'a été votée, la commission de travail dédiée au sujet ayant simplement renouvelé sa confiance au BN :

« La commission a estimé que le lien avec le BN et les interventions avec les instances officielles sont reconnues satisfaisantes, qu'il n'y avait pas donc de motion à voter, nos représentants sont aguerris aux pièges de ce genre d'exercice et donc, qu'ils se doivent de continuer leur action pour porter nos revendications empreintes de nos valeurs, convictions et fondamentaux. »



III. L'activité du Bureau national des Assises 2013 aux Assises 2014

A. Le Bureau national, garant du bon fonctionnement de la FFMC

Pour permettre le bon fonctionnement de la FFMC, le BN a travaillé et continue de réfléchir à la pérennisation de l'association et au maintien de la cohésion entre ses membres.

Pérenniser la FFMC

Préserver l'héritage des fondateurs tout en faisant évoluer la structure afin qu'elle s'adapte au contexte sociétal et continue de remplir sa mission.

Réflexion sur les statuts

Contexte : Ayant constaté une certaine carence des statuts sur différents points et l'existence de procédures qui ne sont plus adaptées au fonctionnement de la FFMC, le BN a, lors des conseils de région du 1er semestre 2014, proposé aux antennes de réfléchir à différentes évolutions des statuts nationaux qui déboucheraient également sur une évolution des statuts types d'antennes.

Objectif : adapter le cadre statutaire aux besoins de l'association pour améliorer son fonctionnement et répondre à ses ambitions futures.

Moyens : un groupe de travail interne, composé de membres du SN, d'avocats et de bénévoles, a identifié, dans les statuts en vigueur, des points d'évolution possible qui ont été ensuite présentés aux antennes et aux structures lors des derniers conseils de région. La réflexion portait sur la procédure de radiation, les conditions d'accès au mandat de membre du BN et le nombre de voix par votant à l'assemblée générale. Cette large concertation des antennes avait pour objectif, d'une part, d'expliquer les raisons qui ont amené le BN à proposer cette réflexion, et, d'autre part, de recueillir largement l'avis des antennes et des structures sur les modifications envisagées. Il semble que la majorité d'entre elles soit satisfaite des procédures actuelles. Seule une évolution de la procédure de radiation est envisageable pour rendre la sanction effective plus rapidement.



Réunion des coordinateurs ; Bagnolet, le 22 mars 2014
Photo : Valentin Page

Formation des militants

Contexte : Les antennes connaissent un fort taux de renouvellement de leurs équipes dirigeantes au sein desquelles la transmission des savoirs n'est pas toujours possible à mettre en œuvre. On constate alors un manque de connaissances de ces élus, notamment sur le fonctionnement de la Fédération et son histoire. Au niveau national, les élus du BN ont également un besoin important de formation mais sur des thématiques différentes, davantage liées à la gestion de la structure.

Objectif : transmettre les savoirs et les valeurs, maintenir le bon fonctionnement de la structure malgré le changement de dirigeants, assurer la cohésion entre les membres de la Fédération, « professionnaliser » la gestion de la FFMC.

Moyens :

- Pour les élus nationaux : mise en place de façon informelle d'une co-coordination au BN, projet de formation des élus (communication externe, animation de réunion, gestion du personnel et spécificités de la gestion d'une structure associative).
- Pour les élus locaux : mise à disposition d'un document sur le rôle du coordinateur, test des conseils de région sur deux jours avec une journée consacrée à l'échange entre antennes et à la formation, évolution du format des JTI pour permettre de dispenser une meilleure formation à un plus grand nombre de participants.

Réflexion sur l'organisation et le fonctionnement de la commission juridique

Contexte : en 1998, la FFMC a créé une commission interne dénommée « Commission Juridique » pour traiter toutes les questions juridiques liées à l'activité de la structure nationale et de ses antennes départementales, et offrir un service d'information juridique aux adhérents. La commission a été organisée sur le même modèle que les autres commissions de travail de la FFMC en faisant largement appel aux bénévoles et en confiant la coordination à un salarié. On se rend compte aujourd'hui que cette organisation ne répond pas aux exigences de la matière juridique. Le Droit est une affaire de professionnels. Il ne peut être exercé par des bénévoles qui n'ont suivi aucun enseignement juridique. Il convient donc aujourd'hui de revoir l'organisation de la commission.

Objectif : sécuriser et moderniser l'activité juridique de la FFMC.

Moyens : réflexion sur l'organisation de la commission et sur le recours à des correspondants juridiques non formés et sur les moyens d'impliquer davantage les avocats du réseau.



Assurer la cohésion entre les membres de la FFMC

Faire en sorte que tous les acteurs de la Fédération œuvrent ensemble dans le respect des valeurs de la FFMC et respectent les décisions collectives.

Multiplication des espaces d'expression avec une représentation effective des antennes

Contexte : la structure nationale a toujours besoin de recueillir l'avis des antennes en et hors Assises. Les rencontres nationales restent des temps forts auxquels les antennes participent de plus en plus. Paradoxalement, ces dernières années, on a pu avoir l'impression que l'assemblée générale ne remplissait plus tout à fait son rôle de prescripteur des orientations de la FFMC. Les JTI plaisent également beaucoup aux bénévoles pour les formations qu'elles dispensent. Toutefois, là encore, on peut regretter que toutes les formations proposées ne profitent pas à tous les participants qui ont fait le déplacement.

En dehors de ces rencontres organisées par la FFMC nationale, le BN a multiplié les lieux de débats, virtuels ou physiques, qui permettent de consulter plus souvent et plus rapidement les antennes sur différentes problématiques. Il convient sans cesse de les améliorer.

Objectif : permettre aux antennes et aux structures de s'exprimer et de participer à tous les débats.

Moyens : Développement des listes de discussion (34 listes en 2014), organisation de deux réunions par an de la commission des coordinateurs, encouragement des antennes par la FFMC à participer aux réunions par l'octroi d'une prise en charge financière exceptionnelle, meilleure préparation de l'organisation des assises (information des antennes en avance avec des documents de qualité destinés à préparer leur réflexion et leurs interventions, révision du planning de l'assemblée générale pour laisser plus de place aux débats, limitation du nombre des commissions de travail, meilleure diffusion de l'information sur place, meilleure préparation des interventions du BN, etc.) et réflexion sur une nouvelle organisation des JTI (ateliers tournants).



Salon de la Moto de Paris, décembre 2013

Photo : Grégory Mathieu

Renforcement des actions communes avec les structures de la FFMC

Contexte : Les liens entre la FFMC et les structures qu'elle a créées sont évidemment très forts. Ils doivent constamment être renforcés et valorisés pour qu'ensemble nous soyons plus efficaces et aussi plus cohérents.

Objectif : valorisation de tous les membres de la Fédération, participation au développement des structures et à leur pérennité.

Moyens : projet de refonte du site internet (réflexion sur la présence des structures dans le prochain site internet de la FFMC nationale), renforcement de la présence du Mouvement FFMC au circuit Carole avec la rénovation de la motothèque et l'accueil des utilisateurs du circuit par nos bénévoles lors des week-ends d'accès gratuit à la piste (26 week-ends par an), participation active aux réunions des conseils d'administration des structures, organisation régulière de réunions interstructures, de réunions dédiées à l'organisation de la présence du Mouvement FFMC aux grands événements motards et de réunions « partenaires » réunissant les actionnaires des Éditions de la FFMC (AMDM et FFMC), soutien à la création de l'AFDM Pro.

Renforcement des liens entre la FFMC nationale et ses antennes et entre les antennes

Contexte : aujourd'hui la fédération est représentée localement par 85 antennes départementales avec lesquelles il est impératif de maintenir des liens étroits, dans un climat de confiance et de respect réciproques, avec la difficulté parfois de concilier les exigences d'un fonctionnement fédéral avec la légitimité d'une expression locale.

Objectif : faire vivre la Fédération, travailler ensemble de façon cohérente pour porter les mêmes messages.

Moyens : présence accrue du BN aux assemblées générales annuelles des antennes, rencontres entre le BN et les antennes à leurs demandes, renforcement des liens entre antennes grâce aux conseils de région sur deux jours et à la participation des antennes aux assemblées générales des antennes voisines. Favorisation de la présence de l'antenne de la Réunion (seule antenne ultra-marine) aux rencontres nationales (assises, JTI, commission des coordinateurs). Mise en place d'un groupe de travail sur le fédéralisme, composé de bénévoles locaux et nationaux.

Amélioration de la communication interne

Contexte : L'assemblée générale de 2013 a engagé la rénovation de la communication de la FFMC avec l'adoption d'une nouvelle charte graphique et d'un nouveau logo. Le travail de réflexion sur la communication s'est poursuivi et a entraîné l'évolution de la majorité de nos supports de communication.

Objectif : Mise en œuvre des résolutions votées aux Assises 2008 et 2013 et amélioration de la communication avec et entre les membres de la FFMC.

Moyens : refonte de l'extranet, nouvelle conception du Caillou dans la Flaque, réflexion sur la communication auprès des nouveaux adhérents, mise en place de CANAM, réflexion sur l'évolution du guide FFMC, abandon du Bulletin de Liaison au profit d'un support de communication plus dynamique et interactif qui reste à déterminer.

*Manifestation
FFMC à Paris,
années 80*



Fidélisation des adhérents

Contexte : le taux de renouvellement des adhésions FFMC est perfectible et force est de constater que le renouvellement par prélèvement automatique a recueilli peu de succès (87 prélèvements enregistrés pour 2015 au 1er mai 2014).

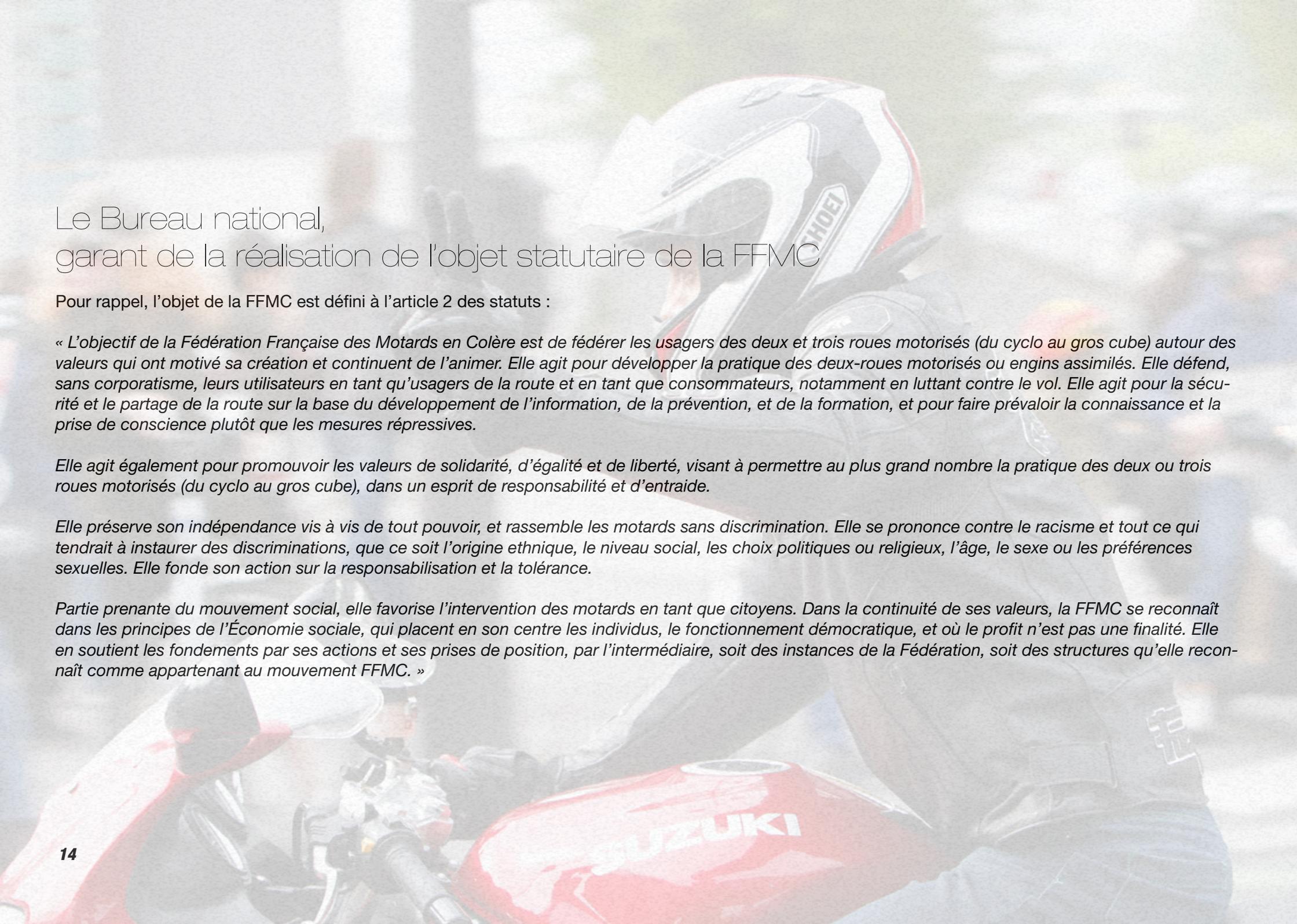
Objectif : augmenter les renouvellements d'adhésion.

Moyens : donner une information de qualité aux adhérents pour qu'ils aient une meilleure connaissance du travail réalisé par la FFMC grâce à leurs cotisations et les convaincre ainsi de l'importance de réadhérer l'année suivante. C'est l'objectif qui a été poursuivi avec la nouvelle formule du Caillou dans la Flaque.

Mener des enquête auprès des adhérents et des ex-adhérents pour mieux connaître leurs besoins, leurs attentes et leurs déceptions. Recenser les actions de relance des adhésions. Valoriser le prélèvement automatique sur nos différents supports de communication (Caillou, site internet, etc.).



*Manifestation FFMC
Paris, avril 2014
Photo : Grégory Mathieu*



Le Bureau national, garant de la réalisation de l'objet statutaire de la FFMC

Pour rappel, l'objet de la FFMC est défini à l'article 2 des statuts :

« L'objectif de la Fédération Française des Motards en Colère est de fédérer les usagers des deux et trois roues motorisés (du cyclo au gros cube) autour des valeurs qui ont motivé sa création et continuent de l'animer. Elle agit pour développer la pratique des deux-roues motorisés ou engins assimilés. Elle défend, sans corporatisme, leurs utilisateurs en tant qu'usagers de la route et en tant que consommateurs, notamment en luttant contre le vol. Elle agit pour la sécurité et le partage de la route sur la base du développement de l'information, de la prévention, et de la formation, et pour faire prévaloir la connaissance et la prise de conscience plutôt que les mesures répressives.

Elle agit également pour promouvoir les valeurs de solidarité, d'égalité et de liberté, visant à permettre au plus grand nombre la pratique des deux ou trois roues motorisés (du cyclo au gros cube), dans un esprit de responsabilité et d'entraide.

Elle préserve son indépendance vis à vis de tout pouvoir, et rassemble les motards sans discrimination. Elle se prononce contre le racisme et tout ce qui tendrait à instaurer des discriminations, que ce soit l'origine ethnique, le niveau social, les choix politiques ou religieux, l'âge, le sexe ou les préférences sexuelles. Elle fonde son action sur la responsabilisation et la tolérance.

Partie prenante du mouvement social, elle favorise l'intervention des motards en tant que citoyens. Dans la continuité de ses valeurs, la FFMC se reconnaît dans les principes de l'Économie sociale, qui placent en son centre les individus, le fonctionnement démocratique, et où le profit n'est pas une finalité. Elle en soutient les fondements par ses actions et ses prises de position, par l'intermédiaire, soit des instances de la Fédération, soit des structures qu'elle reconnaît comme appartenant au mouvement FFMC. »

Fédérer les usagers de deux et trois-roues motorisés

Développement des partenariats extérieurs

Contexte : depuis plusieurs années, la FFMC a gagné en crédibilité et en notoriété en se rapprochant des autres acteurs du monde de la moto et d'autres acteurs extérieurs (Ligue des Droits de l'Homme, associations d'automobilistes). Ce rapprochement nous permet de porter des revendications à plusieurs afin qu'elles aient plus de chance d'aboutir ou, en tout cas, plus d'audience. Cela permet aussi de toucher des publics ciblés et de mieux faire connaître nos actions, hors manifestation, et donc, de gagner de nouveaux adhérents.

Objectif : plus de crédibilité, de notoriété, de poids. Accès à un vivier d'adhérents potentiels.

Moyens : contact avec des associations nationales qui peuvent déboucher sur une adhésion. L'AMA (Association Motocyclistes Alternative) a d'ailleurs demandé à adhérer à la FFMC en 2014. Participation active à la "filiale 2RM" (qui regroupe constructeurs, distributeurs et usagers - CSIAM-CNPA-FNCRM et FFM), présence aux conférences de presse de nos partenaires, réalisation de conférences de presse communes FFMC-FFM-Codever, participation à la campagne "changeons de regard sur les motard".

Amélioration de la communication externe

Contexte : constat que les activités de la FFMC sont mal connues du grand public, en dehors des manifestations sur la voie publique, et qu'il existe un décalage entre l'image que nous souhaitons donner et l'image qui est perçue par les personnes extérieures à la Fédération.

Objectif : mieux communiquer sur la diversité de nos actions pour améliorer notre image.

Moyens : nouvelle plaquette de présentation de la FFMC, mise en œuvre de la nouvelle charte graphique et utilisation du nouveau logo, mise à jour de tous les supports de communication, présence suivie sur les réseaux sociaux, nouvelle plaquette sur la circulation inter-files, nouvelle plaquette à destination des élus, nouvelle plaquette de présentation du Mouvement FFMC, refonte du site internet.



*De gauche à droite : France Wolf (FFMC), Daniel Quero (40MA), Christine Bayard (LDC), Pierre Bonneville (FFM), Eric Thiollier (FFMC)
Avril 2014 ; Photo : Grégory Mathieu*

Développement de l'adhésion

Contexte : le nombre d'adhérents à la FFMC reste en deçà du nombre d'utilisateurs de 2RM. Pour fédérer tous les usagers, il nous faut prendre en considération tous les usages du 2RM.

Objectif : augmenter le nombre d'adhérents, augmenter les ressources financières de la FFMC.

Moyens : travail sur la communication externe, enquête sur les causes de la non adhésion, réflexion à mener sur notre politique d'adhésion.

Défendre les utilisateurs de deux-roues motorisés

Représenter des utilisateurs de 2RM dans les réunions organisées par les pouvoirs publics

Contexte : la FFMC représente les usagers de 2RM dans de nombreuses instances de concertation où sont abordées les questions relatives à la sécurité routière. En 2013/2014, elle a poursuivi son travail en participant à de nombreuses réunions.

Objectif : être force de proposition, connaître les mesures avant qu'elles n'entrent en vigueur et agir en amont pour les éliminer ou les adapter, lutter contre les préjugés.

Moyens : CNSR, CSER, comité des usagers du réseau routier.

Porter la voix des utilisateurs de 2RM en réaction à des politiques de sécurité routière inadaptée

Contexte : même si les statistiques sur l'accidentalité sont en amélioration, le gouvernement continue sa politique répressive. L'objectif fixé est de passer sous la barre des 2.000 morts à l'horizon 2020. Pour l'atteindre, de nouvelles mesures sont envisagées, souvent sans que le lien avec le progrès en terme de sécurité routière soit démontré.

Objectif : défendre les intérêts des utilisateurs de 2RM, lutter contre les mesures inefficaces et liberticides.

Moyens : actions terrain et de lobbying contre le contrôle technique, manifestation nationale contre la baisse de la vitesse maximale autorisée sur le réseau secondaire, expérimentation de la circulation inter-files sur deux ans dans quatre villes (Besançon, Paris, Lyon et Marseille).

Agir pour la sécurité et le partage de la route

Organisation d'actions de prévention et de sensibilisation

Contexte : pour la FFMC, la sécurité routière est une question de comportements humains sur la route. C'est pourquoi notre Fédération milite pour la responsabilisation des conducteurs par l'information et la formation, et non par la répression.

Objectif : retranscrire concrètement le programme de la FFMC pour une meilleure sécurité routière.

Moyens : pérennisation des Relais Motards Calmos malgré l'absence de partenariat national avec la DSCR ou avec d'autres acteurs extérieurs, développement des interventions ERJ (20 500 élèves formés en 2013, 15 150 depuis les dernières assises, 8 500 sur les 3 premiers mois 2014).

Lutte contre les infrastructures dangereuses

Contexte : les utilisateurs de 2RM sont très sensibles à l'état de la chaussée et à ses aménagements. Une infrastructure inadaptée peut soit provoquer la chute d'un 2RM, soit aggraver les blessures de son conducteur et/ou passager.

Objectif : lutter contre les infrastructures non réglementaires et/ou dangereuses, faire valoir les spécificités des 2RM lors des aménagements de voirie.

Moyens : collaboration entre la FFMC 34 et la commission juridique pour obtenir la condamnation d'une commune de l'Hérault qui avait installé des ralentisseurs non conformes, organisation d'opérations « motard d'un jour » coordonnées à l'échelle nationale (10 opérations déclarées au SN au 18 avril 2014), diffusion et mise en avant des recommandations du Cerema (ex-Certu) pour la prise en compte des deux-roues motorisés dans les infrastructures.

Lutte contre le vol

Contexte : en 1987, la FFMC a créé une commission interne dénommée « Stop Vol » pour réfléchir aux moyens de lutter contre le vol des deux-roues motorisés. Le travail de la commission a permis, au début des années 2000, l'élaboration, avec l'AFNOR, d'une norme permettant d'identifier les mécanismes d'antivol les plus solides (norme NF-FFMC). Depuis plusieurs années, le nombre d'antivols agréés NF-FFMC vendu en France est en chute libre ce qui pose la question du maintien de la norme.

Objectif : réfléchir à la possibilité de faire évoluer la norme pour qu'elle s'adapte aux nouvelles pratiques.

Moyens : réunions avec l'AFNOR et les constructeurs d'antivols, réunions de travail internes pour réfléchir à l'avenir de la commission, mise en attente du recrutement de nouveaux correspondants dans l'attente d'une éventuelle redéfinition des missions de la commission.

Promouvoir les valeurs de solidarité, d'égalité et de liberté
et les principes de l'économie sociale et solidaire

Commercialisation de produits éthiques

Contexte : jusqu'en 2013, les produits FFMC ne répondaient à aucun cahier des charges précis quant à leurs conditions de fabrication.

Objectif : rendre les actes de la FFMC cohérents avec les valeurs qu'elle défend.

Moyens : ligne de vêtements éthiques (textile bio issu du commerce équitable), autocollants et matériel de stand produits en France

Gestion du secrétariat national

Objectif : instaurer de bonnes conditions de travail pour les salariés de la FFMC

Moyens : changement de prestataire d'assurance santé pour mettre en place un contrat moins cher mais proposant de meilleures prises en charge. A cette occasion, le BN a décidé d'augmenter sa prise en charge. Les cotisations de mutuelle santé sont désormais prise en charge par l'employeur à hauteur de 65 % (ce qui représente un surcoût total de 400 € pour 2014 par rapport à l'ancien contrat). Augmentation de 3% des salaires en mars 2014.

*Polo FFMC, face, 2014
Photo : Grégory Mathieu*



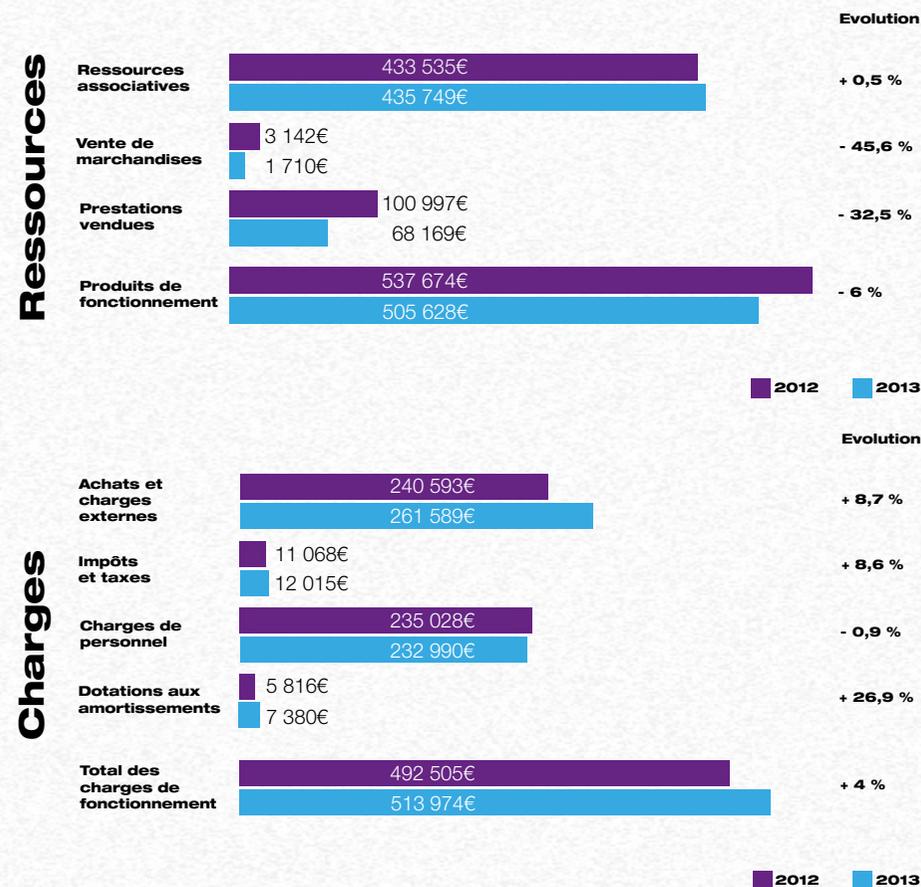
IV. Les résultats financiers

Des ressources en baisse malgré un nombre d'adhérents toujours élevé

Les ressources 2013 de la FFMC s'élèvent à 506 K€, contre 538 K€ en 2012. Cette baisse s'explique par la baisse de la facturation de la publicité dans le Caillou aux Éditions de la FFMC (- 41 K€). Les cotisations sont toutes stables à 436 K€ ; elles se composent notamment des cotisations des particuliers (249 K€) et de celles des antennes et structures (174 K€ dont 160 K€ pour l'Assurance Mutuelle des Motards).

Des charges de fonctionnement en hausse modérée

Malgré un strict contrôle des coûts, les charges de fonctionnement sont en hausse de 21 K€ (+4 %). Cette hausse s'explique par l'augmentation des déplacements d'un Bureau National plus sollicité (+ 19 K€) et celles des dépenses de communication (Prise en charge de la présence au circuit Carole, assistance d'un conseil, Caillou...) qui s'élèvent à 79 K€.



Un résultat net en baisse mais conforme au budget prévisionnel

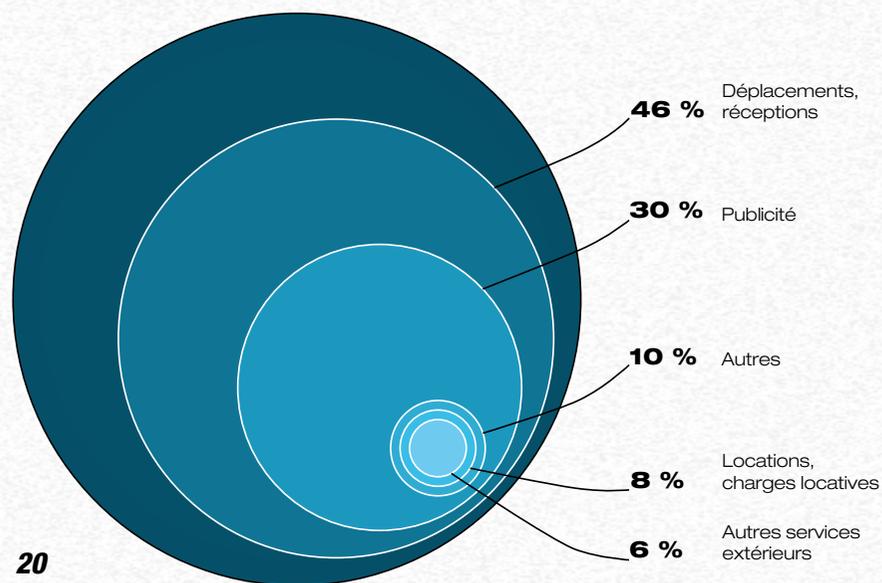
Ainsi, le résultat d'exploitation ressort en baisse de 54 K€ à - 10 K€. Compte tenu de produits financiers s'élevant à 6 K€, le résultat net de l'exercice s'élève à - 4 K€ contre 57 K€ en 2012. Ce résultat est conforme au budget prévisionnel, validé aux assises 2013, qui prévoyait un résultat de -9 K€.

Un bilan solide

Grâce aux excédents dégagés depuis 2009, la FFMC dispose de fonds associatifs conséquents à 319 K€ et une trésorerie s'élevant à 379 K€, lui ayant donné les moyens d'un exercice 2013 en déficit pour permettre d'investir dans la communication.

	ACTIF 469 206€	PASSIF 469 206€
Immobilisations	25 632€	318 506€ Fonds associatifs
Acomptes versés	25 632€	
Créances usagers	51 125€	
Autres créances	11 037€	
Trésorerie	379 069€	31 836€ Dettes fournisseurs
		118 864€ Autres dettes

Répartition des achats et charges externes



V. Quelles orientations pour 2014-2015 ?

Comment harmoniser la communication numérique de la FFMC nationale avec celle de ses 85 antennes ?

Plusieurs chantiers ont démarré après les assises 2013 pour mettre en œuvre la résolution votée (nouvelle charte graphique et nouveau logo). A l'heure du web 2.0 et des réseaux sociaux, le défi le plus important à relever est celui de notre communication sur l'internet.

Quelle place pour chaque acteur de la FFMC sur le prochain site internet ?

Comment illustrer le fédéralisme à l'échelle numérique ?

Quelles orientations dans les prochains débats de sécurité routière ?

Les quatre commissions du CNSR poursuivent leur travail.

Dans les mois à venir, nous savons que la FFMC aura à se positionner sur différents sujets sur lesquels le BN souhaite avoir des orientations claires de la part de ses adhérents : transport d'enfant, équipement de protection individuelle, nouvelles technologies...

Quelles ressources financières pour mener à bien les ambitions de la FFMC ?

Comment augmenter nos revenus pour financer nos moyens d'action tout en conservant notre indépendance et notre liberté de parole et d'action ?

Adhésions, produits dérivés, autres ?

Quelles ressources militantes pour mener à bien les ambitions de la FFMC ?

Comment renforcer l'implication des adhérents aux niveaux local et national ?

Comment accueillir le nouvel adhérent ? Comment l'impliquer dans le fonctionnement d'une antenne ? et dans celui de la structure nationale ?

Quelle structure dirigeante pour la FFMC en 2020 ?

VI. Annexes

Déclinaison des sigles internes à la FFMC

- **2RM** : Deux-Roues Motorisé
- **BN** : Bureau National
- **CANAM** : Centralisation de l'Annuaire Normalisé des Antennes et du Mouvement
- **ERJ** : Éducation Routière de la Jeunesse
- **FFMC** : Fédération Française des Motards en Colère
- **GAEL** : Gestion des Adhésions En Ligne
- **JTI** : Journées Techniques et d'Information
- **SN** : Secrétariat National
- **SIDES** : Suivi des Interventions Décentralisées dans les Etablissements Scolaires
- **TN** : Trésorerie Nationale

Déclinaison des sigles des structures FFMC

- **AMDM** : Assurance Mutuelle Des Motards
- **AFDM** : Association pour la Formation Des Motards

Déclinaison des sigles de nos partenaires extérieurs

- **AFNOR** : Association Française de NORmalisation
- **CEREMA** : Centre d'Études et d'expertise sur les Risques, l'Environnement, la Mobilité et l'Aménagement
- **CODEVER** : COLlectif de DEFense des loisirs VERTs
- **CNSR** : Conseil National de la Sécurité Routière
- **CNPA** : Conseil National des Professionnels de l'Automobile
- **CSER** : Conseil Supérieur de l'Éducation Routière
- **CSIAM** : Chambre Syndicale Internationale de l'Automobile et du Motocycle
- **DSCR** : Délégation à la Sécurité et à la Circulation Routière
- **FFM** : Fédération Française de Motocyclisme
- **FNCRM** : Fédération Nationale du Commerce et de la Réparation du cycle et du Motocycle

Organigramme de la FFMC

La maison d'édition de la FFMC



Créée par la FFMC pour informer en toute impartialité les usagers de 2 et 3 roues motorisés.

La FFMC est adhérente à la FEMA

Federation of European Motorcyclists' Associations
(Fédération des Associations Motocyclistes Européennes)



Les associations adhérentes

Ce sont des associations d'envergure nationale qui se reconnaissent dans les valeurs de la FFMC et choisissent d'y adhérer.



FFMC

MOTARDS & CITOYENS

Fédération Française des Motards en Colère

Les commissions de travail de la FFMC

Elles font partie de la FFMC et ont été créées pour répondre à une problématique spécifique : lutte contre le vol, aide juridique ou formation des jeunes.



85 antennes départementales

qui représentent la FFMC sur tout le territoire.



Les structures

Créées par la FFMC pour répondre aux besoins des usagers 2 et 3-roues motorisés.



FFMC 2

MOTARDS & CITOYENS

Fédération Française des Motards en Colère



Fédération Française des Motards en Colère

35 bis rue des Messieurs 93100 Montreuil

014818 0320 - contact@ffmc.fr - www.ffmc.fr

Mouvement FFMC :

FFMC
MOTARDS & CITOYENS



mutuelle des
motards

AFDM
LA FORMATION DES MOTARDS



COMMISSION
STOP VOL



COMMISSION
JURIDIQUE



COMMISSION
ERJ
EDUCATION ROUTIÈRE DE LA JEUNESSE



La FFMC est membre de la