



Nom de l'activité :

Notre marque de commerce

Durée : 30 minutes

Intention pédagogique : Les sportifs pourront...

- bâtir une identité sociale commune à l'aide de l'identification d'une marque de commerce;
- rendre explicite le contenu de leur identité d'équipe par l'identification des forces caractérisant leur équipe;
- se doter des exigences comportementales;
- se rallier autour de leurs ressemblances.

Préparation de l'activité

Avant de faire l'activité

- Envoyer la fiche d'activité *Forces de caractère* à l'ensemble de l'équipe.
- Demander d'identifier les 3-4 forces qu'ils partagent avec leurs coéquipiers. Des forces, qui caractérisent leur équipe et différencient celle-ci des autres. Il est possible qu'ils pensent à d'autres forces qui ne sont pas dans la liste. Cette fiche sert surtout à suggérer des idées.
- Annoncer qu'ils vont devoir expliquer devant les autres pourquoi ils ont choisi ces forces en donnant des exemples de comportements précis qu'ils ont observés dans l'équipe.

Animation de l'activité

Ouverture : Pourquoi tient-on cette activité ?

Expliquer qu'il est très facile de se diviser selon nos différences (origine ethnique, poids, talent, genre, orientation sexuelle, etc.). Cette activité va plutôt permettre de se rapprocher et d'améliorer notre esprit d'équipe par l'identification de nos forces communes. Cette proximité va ensuite faciliter l'entraide, le leadership, la motivation, le bien-être et donc nécessairement les performances de l'équipe.

Corps

- 1. Présentation des forces identifiées :** Demander à l'un des sportifs de prendre la parole pour présenter les 3-4 forces qu'il a identifiées et pourquoi il les a choisies. Noter sur une feuille ou sur un tableau les forces qu'il identifie et les exemples de comportements qu'il donne. Répéter la première étape avec une ou deux personnes de plus.
 - Si vous avez plus de temps et que vous désirez avoir une meilleure idée de l'identité du groupe, demandez à chaque membre de s'exprimer. Il est aussi possible d'organiser des sous-groupes de 3-4 personnes pour qu'ils identifient 3-4 forces d'équipe avant de les présenter à l'équipe pour une discussion en grand groupe.
- 2. Identifier les forces de l'équipe :** Faire un résumé des forces qui ont été identifiées ainsi que des comportements qui leur sont associés et demander à l'équipe d'en choisir 3-4 qui caractérisent vraiment l'équipe. Ils peuvent regrouper certaines forces ensemble ou même changer les noms des forces.
- 3. Identifier la marque de commerce de l'équipe :** Organiser ces forces sous une marque de commerce. C'est-à-dire trouver une image, une chanson, un mantra qui représente l'ensemble de ces forces.
Ex. les renards, les *Power Rangers*, *Eye of the Tiger*, etc.

Clôture

Leur dire que cette marque de commerce doit représenter la façon d'agir et de se comporter dans l'équipe; que vous allez les tenir redevables de cette marque de commerce et que vous ne vous gênez pas pour leur rappeler lorsqu'ils iront à l'encontre de l'une des forces de l'équipe, mais aussi de les féliciter quand ils incarneront ces forces.



Suivi de l'activité

Pour assurer l'efficacité de l'exercice, il faut que le contenu de l'activité s'implante dans le quotidien de vos sportifs.

- **Rappel visuel** : Utiliser la fiche d'activité interactive *Notre marque de commerce* pour produire une version électronique de la marque de commerce et l'envoyer ensuite aux sportifs ou la plastifier et l'afficher au club. Cela aura pour but de rappeler leur marque de commerce aux membres de votre groupe et les exigences comportementales qu'ils ont établies.
- **Rétroactions** : Imprimer la fiche d'activité interactive *Notre marque de commerce* et la garder dans votre bloc-notes pour toujours l'avoir à portée de main. Donner le plus de rétroactions possibles sur les comportements de vos sportifs en fonction de la marque de commerce qu'ils ont fixée. Ne pas hésiter à leur rappeler qu'il s'agit des exigences comportementales qu'ils se sont fixées.
- **Faire le point** : À la mi-saison, questionner l'équipe pour valider et s'assurer que la marque de commerce convient toujours. Est-ce que l'équipe la suit toujours ? Est-ce qu'ils se reconnaissent encore dans cette marque de commerce ? Est-ce qu'elle permet de bien nous diriger vers nos objectifs ? Est-ce qu'on la change ?

Indicateurs de réussite de l'activité

Les sportifs. . .

- identifient des forces qui représentent bien les membres de l'équipe;
- s'écoutent respectueusement tout au long de l'activité;
- identifient des comportements précis pour décrire leurs forces;
- identifient une marque de commerce qui permet de se rappeler facilement les forces de l'équipe;
- se comportent selon les forces de l'équipe au quotidien.

Exemples de rétroactions

Formuler les rétroactions au « nous/on » sert à renforcer l'idée que vous faites partie de l'équipe et peut donc aider à mieux faire passer votre message. De plus, ça permettra aux leaders athlètes d'utiliser ces exemples de rétroactions.

- Ça montre vraiment notre ouverture d'esprit quand nous prenons le temps d'écouter tout le monde dans l'équipe.
- Nous avons dit que nous étions persistants, sauf que nous sommes en train d'abandonner. Que pouvons-nous faire d'autre ?

Un accompagnement personnalisé

Cette activité implique le fait que les membres de l'équipe se connaissent et qu'il n'y ait pas trop de problématiques dans le groupe comme de l'intimidation ou des conflits envenimés. En cas de doute, nous vous suggérons donc de contacter Sport'Aide pour être certains que cette activité soit bien adaptée à vos besoins.