

Communiqué de presse
Paris, le 4 novembre 2022

Une nouvelle identité de marque pour la Fédération Française de Motocyclisme qui porte de nouvelles ambitions

A la veille de son 110^{ème} anniversaire, le 3 mars prochain, **la Fédération Française de Motocyclisme refond en profondeur son identité graphique**. Engagée dans une nouvelle dynamique d'accessibilité et d'ouverture portée par son Président, Sébastien Poirier, la Fédération accélère son développement en s'appuyant sur une nouvelle identité de marque, créée par l'agence de branding Leroy Tremblot.



[Téléchargez le film de marque \(de 1 minute\)](#)

“ L’objectif principal de ce rebranding est de séduire un public élargi en réaffirmant les valeurs portées par le sport moto partagées avec fierté par les licenciés et les pratiquants. La promesse de la Fédération, en mettant en scène l’ADN du sport moto, est de réunir et de faire vibrer à l’unisson autour d’une même passion.” **Explique Dominique Jubert, Directeur Général chez LEROY TREMBLOT.**

Parce qu’au-delà du sport, la moto, c’est aussi et surtout une communauté, avec un état d’esprit et des codes qui lui sont propres. Dans cette optique, la Fédération a fait évoluer l’acronyme “FFM”, qui ne résonnait qu’auprès des initiés et a choisi de mettre en avant le mot “Moto”. Au sein d’une fédération qui regroupe 9 disciplines différentes, MOTO se pose comme l’élément fédérateur d’une pratique sportive, capable de parler à la communauté motarde tout entière.



Par cette posture, la Fédération se place en porte-étendard d'une communauté qui revendique plus de liberté, plus de sensation et plus de partage.



Le logotype fédéral, essentiellement typographique, se construit autour d'un blason, symbole de reconnaissance et d'appartenance à un groupe. Volontairement ouvert, il reflète cette liberté si chère au monde de la moto. Intégrées dans les contours du blason, les lettres du mot moto volontairement traitées en majeur ont été dessinées pour leur conférer un caractère propriétaire.

Attachées les unes aux autres, l'utilisation évoque la vitesse tandis que les formes arrondies véhiculent convivialité et ouverture. Ferrée en position centrale, la dénomination « Fédération Française » est traitée en lettres majuscules pour affirmer la posture institutionnelle de la fédération.

Le choix de la monochromie a un double avantage. Il permet d'affirmer le bleu comme la couleur la plus représentative du sport français à l'international.

Il ouvre à une souplesse d'utilisation et d'endossement avec une palette de couleurs secondaires élargie pour l'architecture de marque intégrant le réseau (ligues et comités), le haut niveau (filiales et équipe de France), les événements (championnats et prix) et les commissions fédérales.



Sébastien Poirier – Président de la Fédération Française de Motocyclisme :

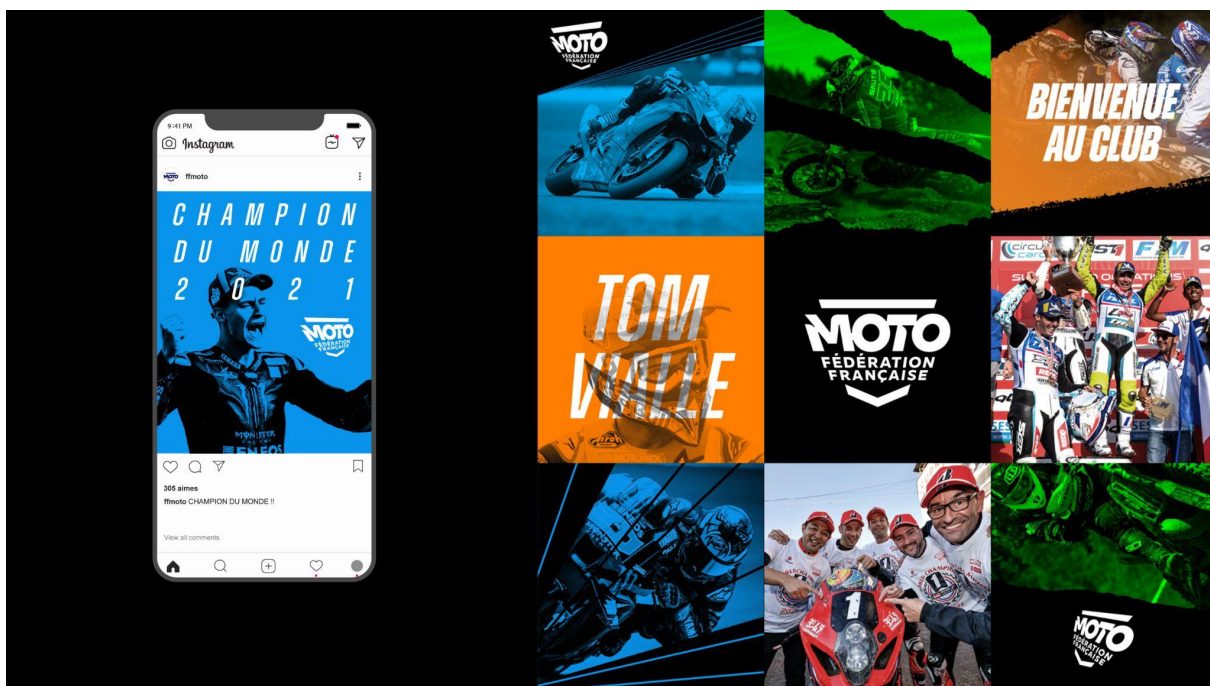
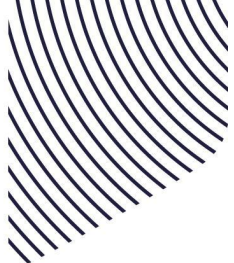
“ Nous portons de grandes ambitions pour le sport moto. Pour accompagner ce mouvement, nous avons besoin d'être vus, compris et mieux mémorisés auprès du plus grand nombre. Nous avons besoin d'être inspirants tant pour notre communauté, nos clubs, licenciés et bénévoles que pour un public élargi notamment chez les plus jeunes. Au-delà du nouveau logo lui-même qui positionne clairement et avec force notre sport, c'est également une nouvelle identité de marque plus jeune et dynamique que nous allons déployer afin de réaffirmer nos valeurs et les spécificités de notre sport. Rejoindre la Fédération, c'est rejoindre une communauté et un état d'esprit. ”

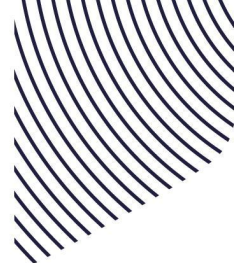
Comme un clin d'œil au sport, une moto n'étant jamais droite quand elle est en mouvement, le logotype a été imaginé comme pouvant s'incliner en prenant différents angles comme c'est le cas dans les virages. Ce principe d'inclinaison est un des éléments majeurs du territoire de marque qui sera déployé dans les prochains mois.



[Téléchargez tous les KEY VISUELS ICI](#)







A propos de la Fédération Française de Motocyclisme

La Fédération est délégataire du Ministère en charge des Sports afin de gérer et promouvoir l'activité motocycliste en France. Elle regroupe 18 Ligues Régionales, 83 Comités Départementaux, 1280 clubs affiliés, 100 000 licenciés*, 1300 épreuves et 9 disciplines (Vitesse, Motocross, Enduro, Trial...). Son budget est de près de 22 millions d'euros et elle emploie environ 60 permanents (incluant ceux du circuit Carole).

Ses missions sont multiples : organiser le sport moto et quad, définir les règles de la pratique, gérer les filières du Haut Niveau, initier les jeunes, défendre et promouvoir les pratiques quotidiennes, développer le loisir et le tourisme moto, former l'encadrement, aider les clubs à organiser les activités motocyclistes.

La FFM est l'interlocutrice de l'Etat et des Collectivités Territoriales en matière de motocyclisme. Membre de la FIM (Fédération Internationale de Motocyclisme), de la FIM Europe et du CNOSF (Comité National Olympique et Sportif Français), la FFM joue un rôle actif dans les plus hautes instances internationales.

(*licences et titres de pratique délivrés) *La FFM a célébré les 100 ans de sa création le 3 mars 2013.*

A propos de Leroy Tremblot

Leroy Tremblot est la première agence de branding dédiée aux acteurs de l'économie du sport, qu'ils soient détenteurs de droits, sponsors ou organisateurs d'événements. Elle intervient auprès d'eux depuis 1996 en tant qu'experte de la marque et de l'ensemble de ses terrains d'expression identitaire. Depuis 2017, Leroy Tremblot est la filiale branding et design de LAFOURMI, 1e agence créative 100% sport du marché français. Elle est dirigée depuis janvier 2020 par Dominique Jubert.

www.leroytremblot.com

CONTACTS PRESSE :

Fédération Française de motocyclisme : Pierre Bonneville – Directeur de la Communication
01 49 23 77 16 - 06 80 14 19 82 / pbonneville@ffmoto.com

Leroy Tremblot : Marion Weill-Collange - Directrice de la Communication
07 70 44 71 59 / marion@lafourmi.biz