



Saumur
**ACTION
FORMATION**
- EDOUARD CHAUVENT -

LA COMMUNICATION DE GROUPE / MASSE BC 2

BPJEPS spécialité Educateur Sportif mention équitation

MàJ MA 15/11/2025

Objectifs du cours

Comprendre les mécanismes propres à la communication de **groupe** et à la communication de **masse**.

Identifier ce qui distingue ces formes de communication de la communication interindividuelle.

Savoir adapter son rôle d'éducateur sportif en fonction du format de communication utilisé.

Identifier les risques, obstacles, leviers et effets de groupe dans le contexte d'un centre équestre.

1. La communication de groupe

La communication de groupe correspond à toute situation où un individu (ou plusieurs) communique avec **un ensemble de personnes réunies physiquement ou mentalement autour d'un objectif commun.**

Exemples :

- un cours collectif d'équitation,
- un briefing avant une activité,
- une réunion d'équipe,
- une animation dans un centre équestre.

1.2. Particularités de la communication de groupe

a) Un émetteur → plusieurs récepteurs

- → Le message doit être clair, direct, audible, visible et compris par tous.

◦ b) Interactions multiples

- Les membres du groupe communiquent entre eux
- L'émetteur doit gérer les retours individuels + collectifs

◦ c) Dynamique de groupe

- Le groupe peut :
- se soutenir
- se motiver
- se perturber
- se diviser en sous-groupes
- créer des leaders, des suiveurs, des opposants...
- → L'éducateur doit **observer** et **gérer** ces dynamiques.

1.3. Les compétences clés de la communication de groupe

a) Captation de l'attention

- posture ouverte
- prise de parole projetée
- repères visuels (démonstration)
- contact visuel – [Lien intéressant. !](#)

b) Gestion de la clarté

- consignes structurées
- séquençage de l'information
- vocabulaire compris de tous

c) Gestion du temps et du rythme

- temporel (ne pas s'attarder trop longtemps)
- pédagogique (alterner écoute / action / feedback)

1.3. Les compétences clés de la communication de groupe

d) Gestion des interactions

- encourager les questions
- réguler les bavardages
- valoriser les initiatives
- recadrer sans humilier

e) Positionnement de l'autorité

- ferme mais juste
- cohérent et stable
- sécurisant

1.4. Les obstacles fréquents

niveau hétérogène

bruits (manège, chevaux, extérieur)

dispersion de l'attention

malentendus collectifs

climat social du groupe

présence d'un “leader négatif”

2. La communication de masse

La communication de masse désigne une communication **diffusée vers un très grand nombre de personnes**, généralement via des **médias ou outils numériques**, sans échange direct.

Exemples :

- réseaux sociaux du centre équestre
- affichage public
- newsletters
- site internet du centre équestre
- campagnes nationales (Fédération, sécurité équestre...)

2.2. Caractéristiques

a) Public large et hétérogène

- Impossible d'adapter individuellement le message → nécessité de simplifier et rendre universel.

b) Communication à sens unique

- L'émetteur diffuse → le public reçoit.
Le feedback est indirect, tardif ou inexistant.

c) Usage d'outils médiatiques

- image
- vidéo
- texte court
- slogan
- storytelling
- mise en scène

2.2. Caractéristiques

d) Forte influence émotionnelle

→ Les médias jouent sur :

- l'émotion
- la répétition
- l'identification
- la visibilité

e) Risques d'interprétation

→ Le récepteur interprète selon :

- sa culture
- ses valeurs
- son contexte
- son expérience
- son humeur

2.3. Objectifs typiques



informer (nouveaux horaires, stages, événements)



convaincre (engagement, licences, inscriptions)



promouvoir (communication externe)



rassurer (sécurité, conditions météos, organisation)



valoriser l'image du centre ou de l'activité équestre

2.4. Les risques en communication de masse

mauvaise interprétation du message

polémique ou critique publique

déformation par partage ou rumeurs

surexposition de l'établissement

commentaires négatifs (réseaux sociaux)

2.5. Les clés pour bien communiquer en masse

a) Clarifier la cible

→ parents ? cavaliers ? institutionnels ? nouveaux ? confirmés ?

b) Formuler un message simple

→ phrases courtes, visuels clairs, mots choisis

c) S'assurer de la cohérence

→ identité du centre, valeurs, réglementation

d) Prévoir le feedback indirect

→ commentaires, likes, messages privés, recours à un formulaire

e) Soigner la forme

→ visuels attractifs, photos pertinentes, ton professionnel, informations claires et concises

La communication de groupe repose sur **l'interaction, l'adaptation et la dynamique sociale**, alors que la communication de masse fonctionne sur **la diffusion, l'universalité et l'impact visuel**.

Un éducateur sportif doit maîtriser **les deux**, car il est amené à :

- enseigner à des groupes,
- communiquer vers un large public,
- représenter le centre équestre,
- promouvoir la pratique en toute sécurité.

Conclusion