

L'opération billard au féminin comme une étape dans le partenariat FFB-Decathlon

(pièces jointes : document de préparation d'interview, mp3 de l'interview, convention Ligue Decathlon)

Ce document retrace la démarche que nous avons suivie dans le développement de notre partenariat avec Decathlon. Il a vocation à servir d'exemple structuré pour construire un partenariat avec un magasin Decathlon.

La réussite n'est pas non plus garantie car la réussite est le produit d'une double volonté de développement, tant de l'enseigne que de la ligue ou du club mais peut servir de guide à quiconque souhaite tenter l'aventure pour le développement du billard ou bien de son club.

L'opération « Billard au Féminin » n'en est en effet qu'une étape dont le succès est dû au climat de confiance instauré avec le magasin dans notre engagement et nos intérêts partagés. Cette confiance nous a permis d'avoir le meilleur emplacement pour l'animation (10 mètres après l'entrée du magasin).

Ce compte-rendu est donc rédigé dans un esprit didactique dans le but d'être reproduit si possible par d'autres clubs locaux régionaux ou nationaux. Les supports, documents utilisés... sont bien entendus disponibles sous simple demande.

Etape 1 : établissement d'un climat de confiance

26/12/2019 : première rencontre F.Pouilhe-Didier Ouzeau (responsable des rayons sports de précision de Decathlon Limoges Nord)

Objectifs :

- Partager l'intérêt commun dans le développement de la discipline
- Présenter la visibilité possible de Decathlon sur le site de la Ligue, les affiches, à l'occasion des tournois régionaux regroupant 120 participants

Bilan :

- L'intérêt est partagé
- Decathlon souhaite d'abord une animation dans le magasin, avant Noël pour booster les ventes puis la création d'activités Decathlon. Les personnes enregistrées (carte Decathlon) recevront l'emailing des nouveautés du sport
- En contrepartie, la Ligue recevra 2 billards BT700US qui permettront aux clubs de faire la promotion de la discipline au-delà de leurs murs. Administrativement, une convention sera signée avec la Ligue pour limiter le nombre de convention et la ligue garantira la qualité des animations (écoles de billard existantes dans les clubs par exemple)

2/12/2019 : email d'appel à candidature pour l'animation Decathlon

- Date retenue compte tenu du peu de réponses : samedi 21/12/2019

18/12/2019 : réunion de préparation de l'animation Decathlon avec Eric Pichenaud et Victor Lacroix :

- L'objectif : découverte en montrant qu'avec 1 ou 2 conseils, c'est beaucoup plus facile
- Message : billard loisir ou bien compétition. Attention : ne pas être élitiste

21/12/2019 : animation à Decathlon Limoges Nord le samedi après-midi :



- Assez peu de passage
- Rafraichissements fournis par Decathlon ainsi qu'un bon d'achat de 20€ pour chaque animateur

22/12/2019 : CD FFB à Rungis

- On apprend qu'il existe des prototypes BT700FR => on développe l'idée de les envoyer dans les ligues pour faire la promotion du billard en dehors de clubs

24/12/2019 : Debrief de l'animation avec Didier Ouzeau:

Bilan positif :

- Succès mitigé en ventes de Noël
- Visibilité réussie du stand billard
- Climat de pleine confiance établie
- Attention au message véhiculé par l'un des animateurs

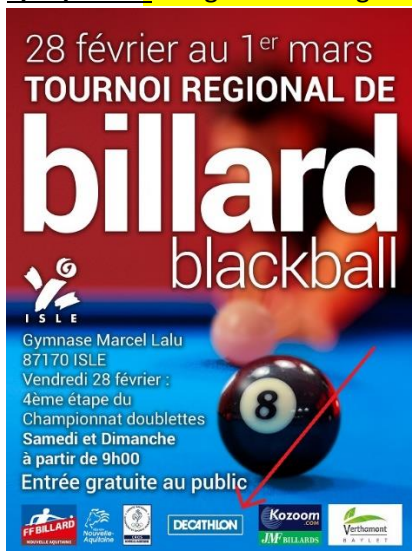
Etape 2 : promotion et réalisation de l'opération « billard au féminin »

28/01/2020 : rencontre Decathlon

Objectif :

- Présenter la semaine du billard au féminin
- L'idée est d'exposer un billard Decathlon au tournoi régional de Blackball fin février de manière à attirer l'attention et de focaliser sur l'opération
- Decathlon propose de fournir 2 billards à poches. Nous choisissons 1 BT700US et 1 BT500
- Création de l'activité Billard au féminin Billard Club Legrand sur le site activites.decathlon (non visible aujourd'hui)

7/02/2020 : intégration du logo Decathlon dans les affiches de tournoi blackball



18/02/2020 : réception d'un prototype BT700FR au Billard Club Legrand

- Montage et publication sur facebook au Billard Club Legrand





28/02/2020 : installation du tournoi régional blackball organisé par le Billard Club Legrand

- On n'a pas reçu le billard BT700US car on n'a pas encore signé de convention avec Decathlon
- On a reçu le BT carambole (prototype). On l'installera, bien que le tournoi soit blackball
- Promotion de l'installation et du partenariat sur facebook



La salle :



la zone podium avec le BT700



vue de l'entrée du gymnase :

- Visite à l'Académie de Billard de Limoges et assistance à la création d'une



BILLARD - Du 13 à 25 ans
Invitation découverte du billard carambole
Académie de Billard de Limoges, Limoges, France
PM 11:00 PM 16:00 PM 20:00 PM 21:00
A 17:00 A 17:00 A 17:00 A 17:00

« activites.decathlon » sur 3 mois

29/02/2020 et **01/03/2020** : partage de la pratique sur billard Decathlon

- 3 type de pratiquants (jeunes joueur de blackball, féminine joueuse de blackball et spectateurs(trices))



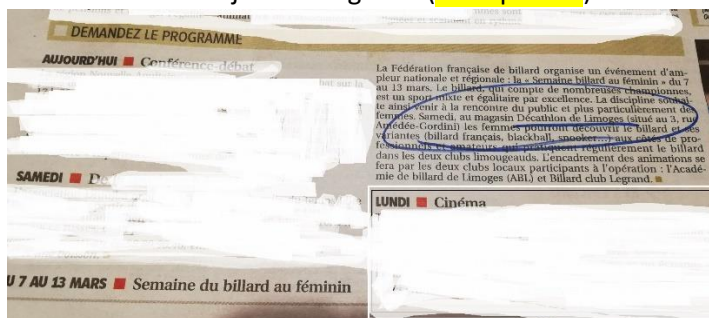
05/03/2020 : visite Decathlon pour repérage de la zone d'animation nécessaire pour 2 billards

- Installation planifiée samedi matin
- Decathlon a positionné les flyers FFB et propose ses moyens d'impression pour des flyers club

06/03/2020 : annonce de l'opération billard au féminin en direct à la matinale France Bleu Limoges à 7h45

- Préparation de l'interview préparée à l'avance (pièce jointe)

- Replay de l'intervention en direct (Ouh ! on se sent mieux quand c'est passé) (pièce jointe .mp3)
- Promotion dans le journal régional (**Le Populaire**)



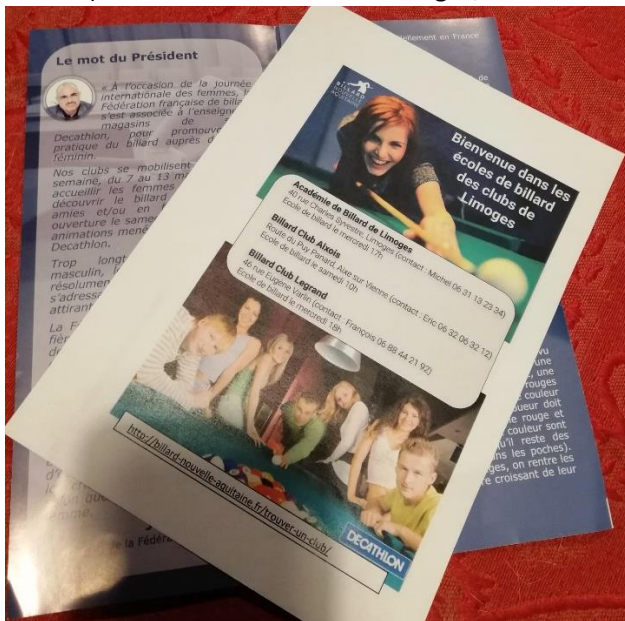
07/03/2020 : mise en place des billards et animation

- 1 billard carambole + 1 billard américain avec le pack communication FFB (2 roll-up+1 sigle FFB)



- A 10h, l'espace était prêt. Compte tenu de l'arrivée des clients intéressés, nous avons démarré l'animation sans attendre 14h
- Animateurs (F.Pouilhe et C.Goudin du Billard Club Legrand) + Michel Charbonnier (Académie de billard de Limoges)
- Féminines participant à l'opération : Evelyne Célérier (ABL) et Sophie Meynier (BCL)

- Promotion des clubs locaux qui se sont associés à notre opération et qui ont une école de billard (Académie de Billard de Limoges, Club Aixois de Billard et Billard Club Legrand)



- Distribution d'une centaine de flyer (FFB+invitation à l'école du club)
- Récompense des enfants qui ont essayé les billards avec les stylos/post'it pour que dans tous les cas ils gardent un souvenir positif

Bilan à nos yeux :

- Emplacement idéalement placé, à l'entrée du magasin avec débordement sur l'allée principale
- 3 types de personnes ont essayé :
 - o Beaucoup de couples (souvent l'homme a été le premier intéressé mais on a quasiment toujours convaincu la femme d'essayer)
 - o Les enfants qui ont forcé leurs parents à s'arrêter (rejouer comme pendant les vacances) ais les parents n'ont pas essayé dans ce cas
 - o Des anciens joueurs qui n'ont pas joué depuis 20 ans mais dont l'idée de retourner dans un club commençait à tourner dans leur tête (l'occasion fera peut-être le larron)
 - o D'autres jeunes dont tout un groupe d'étudiantes qui ont essayé les 2 billards
- On n'a pas d'idée du taux de réussite prévisionnel de l'opération (taux de transformation en licence) mais on est certain qu'ils ont l'info par les flyers du lieu où ils peuvent s'adresser pour jouer, du site grand public où ils peuvent facilement trouver un club (<http://billard-nouvelle-aquitaine.fr/>)

Bilan pour Decathlon :

- Didier Ouzeau s'est montré très très satisfait par l'animation (manière d'aborder les clients et type d'essai)
- Proposition d'une convention d'échange de bonnes pratiques (pièce jointe). Decathlon donne 2 billards. Les clubs continuent d'alimenter en infos le panneau digital Decathlon et font quelques animations par an. Suivant la demande de Decathlon, la convention sera signée par la Ligue (F.Pouilhe) pour éviter la multiplicité des conventions Decathlon/clubs. Bien entendu, ces billards seront mutualisés avec les clubs du bassin de Limoges.

Et maintenant...

Suite à donner :

Indéniablement l'animation à Decathlon nous a permis d'aller où se trouve le public plutôt que de galérer à essayer d'obtenir 10 visites au club à l'issue d'une opération portes ouvertes nécessitant des dizaines d'heures de préparation, distribution de flyers...

Ce type d'opération est à renouveler :

- 2 fois par an dans le magasin me paraît une bonne fréquence de manière à développer les 2 réflexes : billard = Decathlon et billard = école dans un club

Nous ne nous limiterons pas au magasin Decathlon. Une animation au SUPER U d'Aixe sur Vienne est dorénavant et déjà à l'étude ainsi que l'implantation ponctuelle d'un petit billard dans les cantines des grandes entreprises locales. Ceci est maintenant possible grâce au faible poids des billards BT700... et pourquoi pas des animations dans les écoles ou bien au moment des rentrées universitaires...

Il faut garder en mémoire le bon mot d'Henri Stutz en charge du billard à l'école il y a quelques années : « Si les jeunes ne vont pas au billard, le billard doit aller dans les écoles ».

Que ce soit pour les jeunes, les féminines ou bien plus généralement pour le grand public, notre démarche doit être similaire : aller à leur rencontre plutôt que d'essayer de les attirer.
