3

LE DÉVELOPPEMENT

DÉVELOPPER, C'EST QUOI ?

C'est *créer des nouvelles licences* : attirer des nouveaux joueurs, leur faire prendre une licence FFB, les initier au bridge et les fidéliser pour qu'ils viennent participer à vos tournois et qu'ils renouvellent chaque année leur licence.

Recruter des nouveaux adhérents pour votre club ne suffit pas s'ils étaient déjà licenciés dans un autre club !

DÉCOUVRIR
Communication

ESSAYER
5 séances (+5 opt.)

APPRENDRE
Enseignement

JOUER
Club / SDE / CFEB / TICs

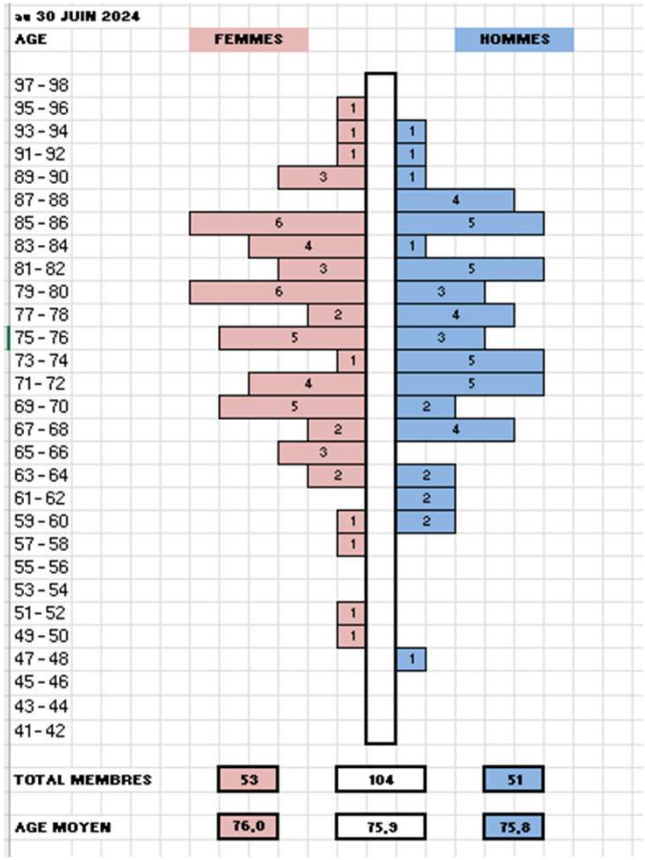
S'INTÉGRER
Club

RESTER
Renouveler

DÉVELOPPER, POURQUOI ?

Parce qu'il y va de la survie de votre club, de celle des Comités et de la FFB ! Regardez la pyramide des âges ci-contre : la situation est à peu de choses près la même dans tous les clubs. S'il n'y a pas de renouvellement par l'arrivée de nouveaux licenciés, les clubs n'auront plus assez de joueurs pour organiser des tournois et ils mourront à petit feu, mettant ainsi en péril les Comités et la Fédé !

C'est pourquoi la FFB « assigne » maintenant aux Comités et aux clubs un objectif annuel de création de licences : 10 % du nombre de licenciés de la saison précédente.



DÉVELOPPER, COMMENT?

1) En nommant un Responsable du Développement, chargé de mettre en place un programme de développement adapté à votre club, d'organiser les actions et en assurer le suivi, en relation avec le Responsable Développement du Comité. Ce dernier est à votre disposition pour vous aider dans ce domaine, en vous faisant partager les succès obtenus par d'autres clubs.

2) En organisant ou participant à des opérations promotionnelles, par exemple :

   - Forum des Associations (cf. fiche Forum)
   - Portes Ouvertes (cf. fiche Portes Ouvertes)
   - Salons spécialisés

3) En vous assurant de la qualité de l'accueil dans le club (en particulier pour les élèves et les nouveaux adhérents, les joueurs de clubs extérieurs participant à vos tournois), en facilitant les contacts entre vos membres, en proposant des activités annexes (cf. fiche HLM) et des évènements festifs … Vous pouvez éventuellement nommer un Animateur de Club qui prendra en charge ces responsabilités.

UN EXEMPLE : PORTE OUVERTE, MODE D'EMPLOI

OBJECTIF : RECRUTER DES NOUVEAUX LICENCIES → MODE OPERATOIRE

(Extrait du document « Opération Bridge Maisons-Laffitte », disponible sur le site du Comité VDS, rédigé par Philippe DAVID, vice-président du Comité VDS en charge du Développement).

Trouver un ou des sponsors à la Mairie.

Etablir un plan de communication percutant, à différents endroits de la ville, et sur plusieurs publications : un article pleine page dans la revue municipale, affichage sur les panneaux lumineux de la ville, banderole positionnée à la gare RER / SNCF, annonce dans l'agenda de l'APP de la ville, post sur LINKEDIN

Préparer un accueil sympathique et convaincant : un buffet campagnard offert, une dizaine de bénévoles sur place pour informer les visiteurs et les faire jouer 10 minutes, une intervention pendant le cours des débutants qui a lieu à la même heure.

Assurer le suivi : des fiches contact à faire remplir, e-mails pour confirmer le démarrage de nouvelles sessions de cours (pour débutants (lieu, horaires …).

Sur le même sujet, vous pouvez consulter l'article page 14 dans la Gazette du VDS n° 37 de juin 2026, concernant les Portes Ouvertes organisées par le BC Rueil-Malmaison en février 2026.

L’IMPORTANCE DU RETROPLANNING

- Jour J : Plutôt en semaine et en fin d’après-midi , 6 bénévoles accueillent les visiteurs. Séance « initiation ». Uniquement les visiteurs autour de la table ! Prévoir une collation, et vanter le club (autres activités, café offert, animation pizza ou galette). Maîtres-mots : être bienveillants et chaleureux.

- 2 ou 3 semaines avant : Parution de l’article faisant la promotion du bridge et de l’opération, dans le magazine local. Affichage dans l’app de la ville, sur les panneaux, flyers dans quelques magasins et/ou distribution.

- 6 à 7 semaines avant : Article finalisé pour parution dans magazine local, date de parution validée, et affichage dans divers médias. Ça peut prendre du temps avec les services de la mairie. Point de situation avec toute l’équipe.

- 8 à 11 semaines avant : Rencontre maire ou adjoint, pour vanter les mérites du bridge : « Créer du lien social, lutter contre l’isolement, améliorer la santé mentale et cognitive ». Il faut absolument obtenir un article dans le magazine municipal. Nombreux articles disponibles si besoin.

- 10 à 12 semaines avant : Décision de lancer les Portes Ouvertes. Désignation d’un leader, et d’une petite équipe.

4

LA COMMUNICATION

COMMUNICATION EXTERNE

Objectif : Faire connaître votre club et ses activités auprès du « grand public » pour attirer de nouveaux licenciés.

Le premier moyen pour donner de la visibilité à votre club est le site Internet de la FFB : un quidam qui tape « bridge » sur un moteur de recherche va tomber sur l'adresse du site FFB :





Et s'il clique sur « trouver un club » puis indique son code postal il va arriver sur la fiche de votre club ! D'où l'importance de bien renseigner votre fiche club et la tenir à jour, en particulier pour les horaires des tournois, des cours, les coordonnées des contacts (e-mail, tél.), les animations prévues, les acteurs : toutes ces infos sont visibles par quiconque consulte le site, il vaut mieux qu'elles soient fiables !



FICHE CLUB : L'ONGLET « ACTEURS »

Une attention particulière doit être portée à cet onglet de votre fiche club : il recense les fonctions exercées par les membres qui participent à la gestion de votre club et la fonction attribuée détermine ce que chacun de ces membres a le droit de faire dans l'Espace Gestion de votre club. Pour voir quels sont ces droits, cliquez sur Acteurs, puis sur VUE D'ENSEMBLE DES FONCTIONS.

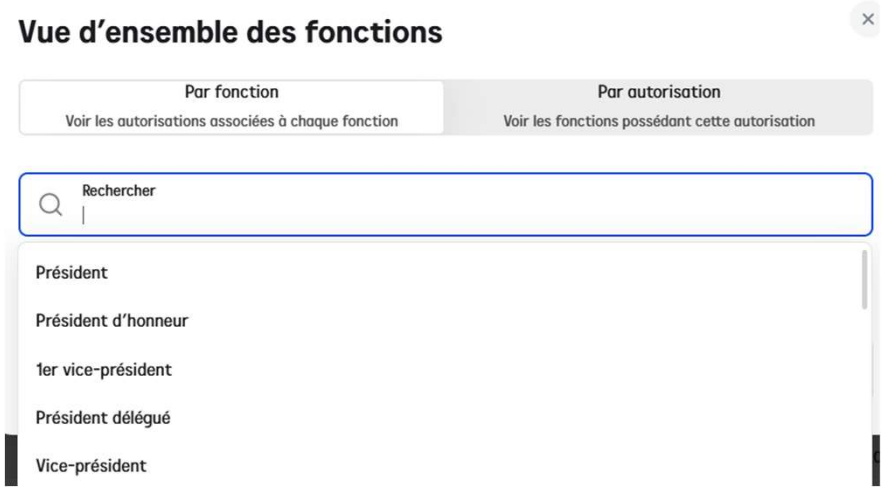


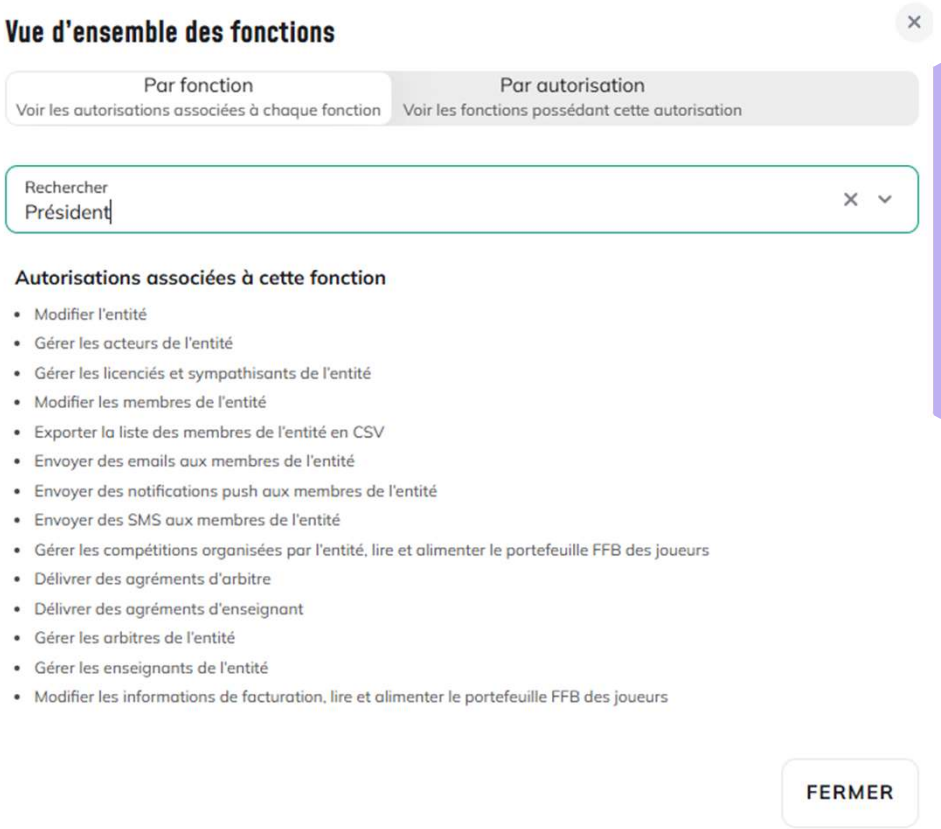
Vous avez alors le choix de consulter soit les autorisations accordées à chaque fonction, soit la fonction requise pour avoir une autorisation spécifique (exemples page suivante).



FICHE CLUB : L'ONGLET « ACTEURS » (2)

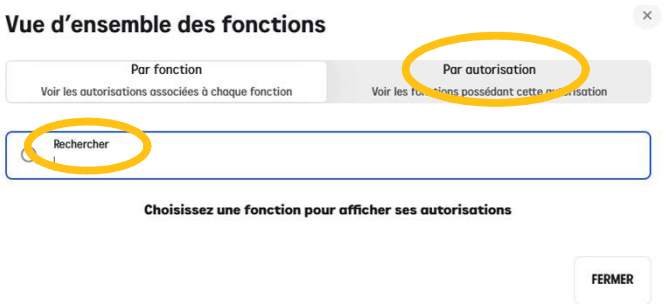
Cliquez dans le rectangle « Rechercher » et sélectionnez une fonction : par exemple « Président », vous obtenez la liste des autorisations associées.



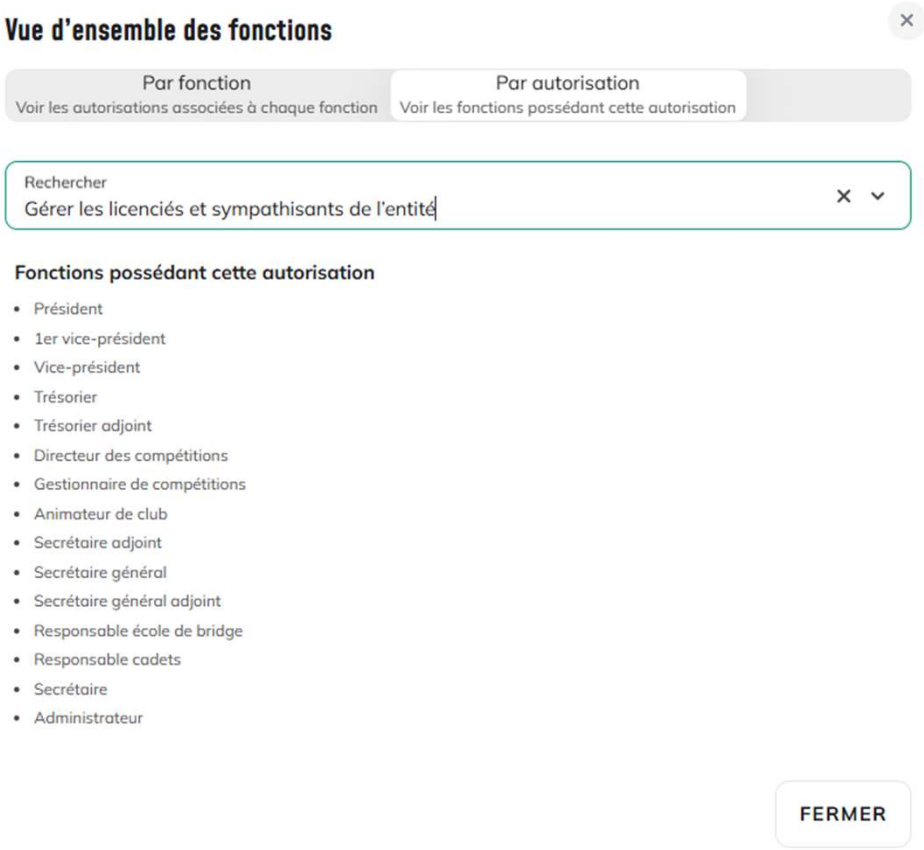


FICHE CLUB : L'ONGLET « ACTEURS » (3)

De même pour rechercher quels acteurs ont une autorisation donnée, cliquez sur « Par autorisation » puis dans le rectangle « Rechercher » et sélectionnez l'autorisation concernée, par exemple « Gérer les licenciés et sympathisants de l'entité ».







COMMUNICATION EXTERNE

Objectif : Faire connaître votre club et ses activités auprès du « grand public » pour attirer de nouveaux licenciés.

En plus du site FFB, il existe d'autres sites Internet qui apparaissent si on fait une recherche du type « bridge Trifouilly » : ils publient souvent des informations d'origine non contrôlée, donc parfois obsolète voire complètement fausses ! Vérifiez donc si votre Club est répertorié et si les informations le concernant sont à jour : ça en vaut la peine, notre club a déjà recruté 6 nouveaux licenciés via ces sites !

Voici les références de quelques sites, il en existe sûrement d'autres :

Sportiche **https://www.sportiche.fr**

Sports et Loisirs **https://www.sports-et-loisirs.fr**

Bridge.com **https://bridge.com/clubs-de-bridge/**

12

COMMUNICATION INTERNE

Les moyens traditionnels :

- ❑ Tableau d'affichage au club
- ❑ Information orale avant les tournois

Ça ne touche que les joueurs qui participent aux tournois !

Les moyens pour communiquer plus largement :

- ❖ Groupe WhatsApp
- ❖ Fonction « Messages » du site Internet du Comité du Val de Seine

13

COMMUNICATION INTERNE : Groupe WhatsApp

Un moyen facile de communication avec / pour tous les joueurs qui acceptent de faire partie du groupe :

- pour leur diffuser des informations ponctuelles,
- pour leur faciliter la recherche de partenaires.

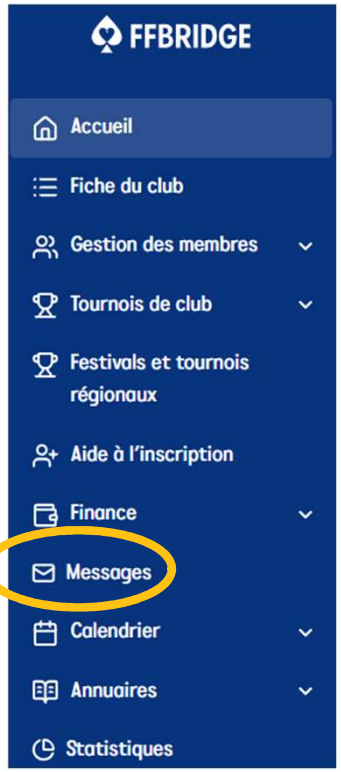
Mise en œuvre :

Nommer un administrateur du Groupe (par ex. le Délégué Communication), chargé de :

- ✓ créer le Groupe,
- ✓ Recueillir le consentement des joueurs qui souhaitent en faire partie,
- ✓ Contrôler le contenu des messages (il faut éviter les dérives), supprimer les messages inappropriés et si nécessaire rappeler à l'ordre les contrevenants.

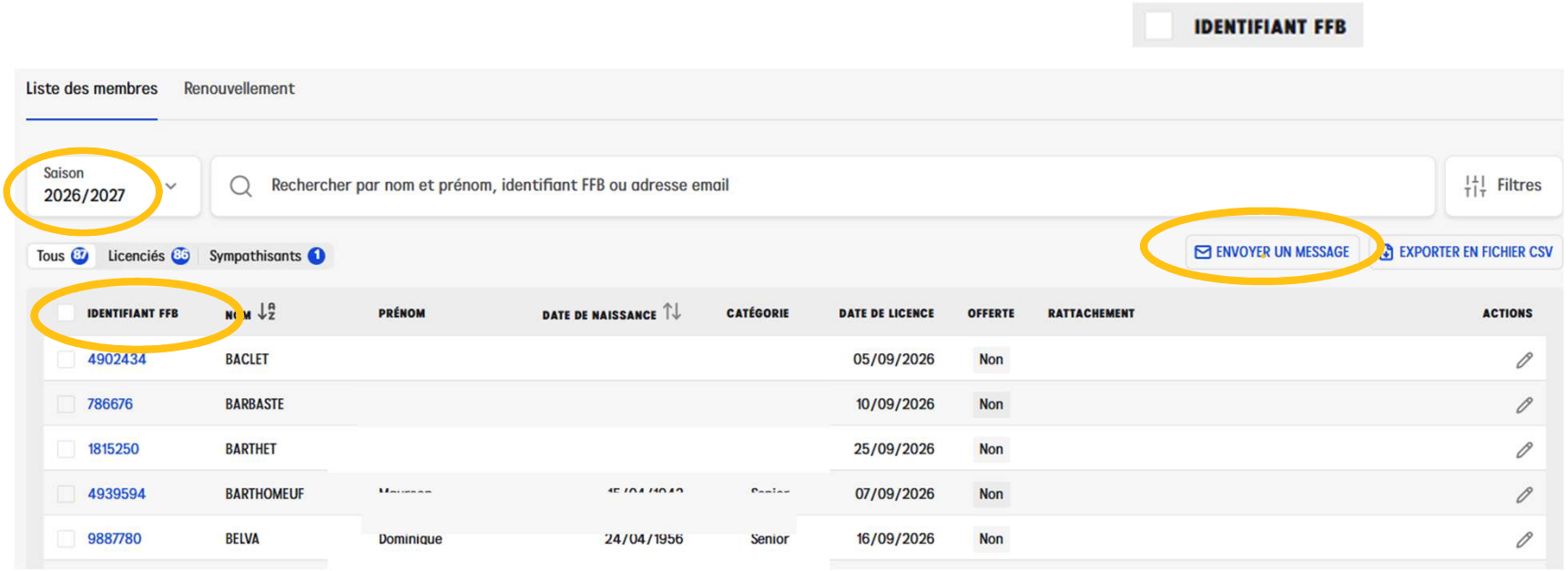
COMMUNICATION INTERNE : Fonction « Messages » de l'Espace Gestion FFB

Pour communiquer avec l'ensemble de vos membres ou avec des cibles pré-définies :
sur votre Espace Gestion, cliquez sur « Messages » et sélectionnez un groupe destinataire du message : les joueurs par exemple

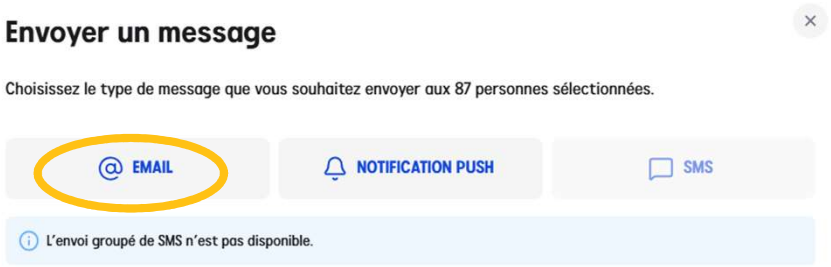




Le système affiche la liste des membres pour la saison que vous avez sélectionnée. Vous pouvez choisir les membres destinataires du message en cochant la case en face de leur nom une à une, ou sélectionner l'ensemble des membres en cochant la case.



Cliquez sur ENVOYER UN MESSAGE Puis sur le type de message à envoyer, par exemple EMAIL :



Il ne vous reste plus qu'à sélectionner l'adresse de réponse, cocher les cases « Me mettre en copie » et « Suivre les statistiques d'envoi » si vous le souhaitez, indiquer l'objet de votre message et rédiger celui-ci, joindre des fichiers si nécessaire et envoyer le tout !

