



Association des Joueurs de Bowling Français

## ***Programme de travail de l'AJBF.***

indice A du 11/02/05  
Rév : 16/03/05

### Constat sur l'état du bowling en France :

- Les différents partenaires sont mécontents, joueurs, propriétaires, dirigeants...
- Le nombre de licenciés a fortement diminué,
- Les médias se désintéressent totalement de notre sport, ou activité,
- Nous avons perdu, ce qui était le phare du bowling français, le Bowling de Paris,
- Beaucoup de grands tournois internationaux ou scratches ont disparu,
- Même les tournois handicap ne font plus le plein,
- L'image du bowling n'est pas ce qu'elle devrait être.

### La vision idéale :

- Le bowling devient un sport « noble »,
- Le bowling est présent dans les médias,
- Les tournois internationaux fleurissent dans l'Hexagone,
- Les jeunes espoirs poussent un peu partout, grâce aux centres de formation,
- Les propriétaires contents, adorent les licenciés, et vice versa,
- Le CTS peut, enfin, se concentrer sur le développement du bowling.

### Les buts et les moyens, nous les avons cernés :

- appuyer le CTS, dans sa politique de reconstruction du bowling,
- être les partenaires des centres de bowling,
- nous épanouir enfin, dans notre passion.

Nous avons conscience des difficultés qui nous attendent, la route sera longue, et parsemée d'embûches. Mais les objectifs nous paraissent clairs, à nous de contribuer modestement et sereinement, étape par étape, à l'avenir du bowling en France.

**Nous aimerions tous que le bowling soit aussi populaire que beaucoup d'autres sports.**

Et il nous faut maintenant agir en ce sens.

## **Les axes de réflexion.**

*Tous les partenaires ont un intérêt commun : attirer le plus grand nombre possible de gens vers le bowling !*

- Les centres de bowling, pour des raisons commerciales évidentes,
- Le CTS, pour des raisons sportives évidentes,
- et nous, joueurs, pour que nous ayons encore des ligues, des tournois, pour y assouvir notre passion.

*Trouvons les moyens d'améliorer l'image du bowling, et de le faire mieux connaître.*

### **- Médiatiser le bowling :**

Nous devons rendre le bowling sportif populaire.

Grâce aux représentants régionaux, trouver les contacts nécessaires dans les journaux locaux, leur rédiger un courrier de présentation, et leur demander de faire un article lors des grands événements sportifs. ( Master, championnat de France, finales scratch .... ). Il nous faut constituer un press-book d'articles sur le bowling.

Une fois cette première phase concrétisée, il nous faudra nous attaquer aux chaînes de télévisions, nationales et câblées. Et nous ne pensons pas rêver. Nous pouvons faire en sorte, que d'ici 2 ans il y ait du bowling à la télé !

Pour répondre à cet objectif nous créons un poste de chargé d'affaires auprès des médias, dans l'organigramme de l'AJBF.

### **- Attirer les gens vers le bowling:**

Par exemple organiser des journées portes ouvertes avec les centres de bowling. Nous nous occupons de gérer la publicité et les médias toujours par le biais des représentants régionaux, nous demandons à nos champions, et aux autres de consacrer 1 ou 2 journées par an, pour des démonstrations événementielles. Nous demandons aux bowlings, dans le cadre de ces journées, d'offrir aux gens 1 ou 2 parties, pour les accrocher.

Ceci, n'est qu'une première réflexion, nous créeront bientôt des groupes d'études et de propositions.

### **- Dresser la carte nationale des bowlings :**

L'objectif de cette action sera de cibler plus finement, les attentes, et les besoins des partenaires, suivant leur situation géographique. Certaines zones sont actuellement sinistrées quant aux possibilités offertes aux sportifs, aussi bien qu'aux joueurs loisirs. Quelques bowlings axés vers l'open, ouvrent leurs portes régulièrement, nous devons aussi entrer en contact avec eux. Cette carte pourra plus tard aussi servir à éditer un "petit manuel du bowling en France", avec coordonnées, restaurants et hôtels à proximité, etc .....

Il nous faudra prendre contact avec le syndicat des propriétaires, pour qu'ils nous aident dans ce sens.

### **- Trouver de nouveaux sponsors :**

Leur proposer de participer au renouveau du bowling, et de prendre en marche un train, qui, nous l'espérons deviendra vite un TGV.

Bien que s'annonçant difficile, cette tâche sera essentielle.

## **- Le rôle des représentants régionaux, l'aide à leur apporter :**

Il est évident que le représentant régional sera le lien privilégié, entre les prises de décision de l'AJBF, sa volonté d'information, et les joueurs, sur tout le territoire.

Dans la mesure du possible, il aura aussi comme interlocuteurs, des joueurs délégués à chaque centre de bowling, de manière à pouvoir affiner les descentes et remontées d'information.

Certaines régions plus importantes nécessiteront peut-être plusieurs représentants régionaux : Ile de France, Centre, Rhône-Alpes....

L' AJBF doit considérer ses représentants comme le vecteur essentiel de sa communication. Tout l'appui nécessaire leur sera apporté.

Un groupe de réflexion doit être créé pour étudier la fonction du représentant.

## **- La bonne circulation de l'information :**

Nous avons prévu de créer, dans un premier temps, un bulletin d'information AJBF, dont la forme et la périodicité restent à définir.

A l'inverse, pour les remontées d'information de joueurs, plusieurs moyens seront disponibles : représentants, e-mail, forums sur internet .....

Nous proposons de créer une adresse e-mail AJBF commune au bureau de l'association, pour récupérer toutes les informations.

La circulation de l'information est un point essentiel de notre bon fonctionnement. Les membres étant dispatchés sur toute la France.

## **- Le futur du haut-niveau :**

### **- Le sport-bowling :**

### **- Les tournois, le scratch :**

Seront chargés de développer ces 3 axes :

Un responsable sport-bowling : chargé du développement sportif.

Sous la direction de ce responsable :

10 - Un(e) représentant(e) : haut-niveau.

11 - Une représentante : femmes.

12 - Un(e) représentant(e) : jeunes.

13 - Un(e) représentant(e): vétérans.

14 - Un(e) représentant(e) : corpo.

15 - Un(e) représentant(e) : handicapés.

Convaincre des investisseurs de monter un bowling sportif sur Paris de préférence, pour cause de rentabilité.