

# À CHAQUE CLUB SON



La Fédération Française de Tennis de Table présente sa nouvelle offre de LABELS. Gage de qualité, ces 11 labels permettront de valoriser les actions mises en place sur le terrain, au quotidien, par les clubs.



Engagez votre club dans la démarche. Postulez dès maintenant sur [www.fftt.com](http://www.fftt.com) !

A chaque club son label Ping.





**Ont collaboré à la réalisation de ce guide :**

**Editorial** : Commission Labels : Jacques Sauvadet, Renan Thépaut, Claude Le Borgne, Gérard Paldof, David Lelièvre, Christian Rigaud, Eric Caugant, Béatrice Paliarne

**Pôle Communication** : Emmanuel Simon, Morgane Le Gall

**Mise en page** : [www.crea2wan.fr](http://www.crea2wan.fr)

# Editos

Chers amis pongistes,

Le développement de notre fédération et de notre discipline ne peut se faire qu'avec la participation active de chacun d'entre nous dans ses missions et rôles respectifs et ceux des clubs et de ses acteurs, dirigeants, bénévoles et professionnels sont primordiaux.

Ainsi, un des rôles de la fédération est de donner à chacun les outils nécessaires pour la consolidation de la pratique de l'activité, la reconnaissance de ses actions et de ses missions et sa mise en valeur par rapport à la concurrence.

Ces nouveaux labels ont cette prétention et doivent vous permettre, d'un côté, de vous aider à vous structurer et à vous organiser, et d'un autre côté, de vous permettre d'être reconnu et valorisé.

Il vous appartient de vous approprier cet outil et il nous appartient de vous apporter le soutien nécessaire à sa mise en œuvre.

Je vous remercie par avance pour l'attention et l'intérêt que vous porterez à ce projet et félicite sincèrement les membres du groupe fédéral et son responsable pour avoir su mener à bien la réalisation de ce bel outil.



**Christian Rigaud**

Vice-Président de la FFTT



**JACQUES SAUVADET**

Membre du comité directeur fédéral  
Président de la commission Label

Chers amis pongistes et dirigeants de clubs,

Vous allez être les principaux utilisateurs de ce guide «A chaque club son Label Ping» que le groupe fédéral a conçu.

Il a pour but, naturellement, de vous aider, si besoin est, à vous positionner, dans le cadre des nouveaux labels à destination des clubs, qui sont au nombre de 11 (tiens, tiens).

Pour chacun d'eux, il suffira de répondre à 11 questions (tiens, tiens), dont 8 fois oui, pour - sous garantie de la ligue d'appartenance - que la Fédération Française de Tennis de Table délivre le label concerné.

Mieux, nous avons décidé d'attribuer le Label d'or au club qui obtiendra les 11 labels.

Le plus important, naturellement, ce n'est pas le guide, mais votre club et vous, et la reconnaissance de ce que votre club fait et est, vis-à-vis de vos partenaires et des institutions qui vous entourent.

Pour autant, sachant que sa lecture ne vous prendra que peu de temps, et qu'il est particulièrement facile et agréable à parcourir, n'hésitez pas à le consulter régulièrement. Il peut aussi vous donner des idées de progrès et de projets.

Ce projet de nouveaux labels a été impulsé par notre Président fédéral et par le Vice-Président Christian Rigaud que je remercie de leur soutien.

Qu'il me soit permis également, en votre nom, de remercier le groupe fédéral (David Lelièvre, Renan Thépaut, Gérard Paldof, Claude Le Borgne, Pascal Griffaut) ainsi que Béatrice Palierne, Morgane Le Gall et Mathieu Martin (au siège de la FFTT) de m'avoir soutenu sur ce projet passionnant pour notre fédération et pour vous, surtout.

# Présentation générale

**Dans le projet politique fédéral « Construire une fédération forte à l'écoute et au service de tous », le plan de développement occupe une place prépondérante.**

## Trois objectifs prioritaires ont été fixés par le président Christian Palierne :

- ✓ dépasser le seuil des 200 000 licenciés (avec l'apport des nouveaux types de licences) ;
- ✓ maintenir un seuil minimal de 3 500 clubs en augmentant leur nombre moyen de licenciés (à plus de 60) ;
- ✓ augmenter de 600 à 800 le nombre de clubs comptant 80 licenciés et plus.

## Trois axes stratégiques ont été déterminés dans ce plan pour atteindre ces objectifs :

- ✓ associer les ligues et comités départementaux aux objectifs fédéraux et à la déclinaison du plan d'actions vers les clubs ;
- ✓ agir vers et pour les clubs à travers la mise en place d'outils et de supports pour le développement ;
- ✓ mettre en place des produits et services innovants pour attirer et fidéliser les licenciés, mieux gérer et développer l'activité.

Chaque axe décline un ensemble d'actions, outils et supports opérationnels mis en œuvre. Le Guide « A chaque club son Label Ping » actualisé, avec les grilles d'évaluation pour l'octroi des onze nouveaux labels, s'inscrit dans le second axe.



## Le Guide > à chaque club son Label Ping

### Cet outil d'aide au développement des clubs a pour objectifs de :

- ✓ réaliser un état des lieux (diagnostic) des caractéristiques du club, en identifiant les points forts et les points à améliorer ;
- ✓ fixer les grandes lignes du projet de développement à l'issue d'un travail de réflexion en commun ;
- ✓ dégager des actions ciblées permettant de progresser sur les plans quantitatif et qualitatif.



## La démarche de labellisation

Tous les clubs, sans distinction, peuvent faire reconnaître leurs savoir-faire au niveau fédéral.

La labellisation fédérale consiste à obtenir un ou plusieurs labels parmi les onze axes définis dans « A chaque club son Label Ping. » Le club labellisé FFTT aura la reconnaissance de la qualité des animations et des services proposés à ses licenciés.



## Le Projet de Développement

Il se construira pas à pas en fonction de votre volonté d'agir.

Il résultera d'une ambition commune de progression au sein du club dans l'un ou l'autre des onze axes définis ici.

Il sera clairement formulé par les dirigeants qui identifieront les moyens humains mis en œuvre ainsi que les grandes lignes budgétaires s'y rapportant.

Il bénéficiera d'un accompagnement du comité, de la ligue et de la fédération.





## Mode d'emploi du Guide



### 1<sup>re</sup> étape

Le club effectue l'état des lieux de sa structure par rapport aux onze axes de travail présentés. Pour effectuer cette démarche, il utilise les fiches de positionnement qui se trouvent jointes au Guide « A chaque club son Label Ping » en cochant dans la colonne « oui » les critères atteints.

Le club renseigne ses fiches de positionnement via le SPID dans l'Espace Mon Club, rubrique Promotion, onglet Label Ping.

### 2<sup>e</sup> étape

Le référent régional « Développement », qui peut s'appuyer sur une commission spécifique, évalue la demande du club par rapport à ses savoir-faire et fait remonter ses propositions de labellisation à la FFTT.

### 3<sup>e</sup> étape

Le Groupe fédéral « Labellisation des Clubs » valide les propositions régionales et attribue le nombre de Labels pour quatre ans.

Un Label est obtenu si au moins 8 des 11 critères sont atteints.

Cette validation se conclut par un courrier envoyé aux collectivités et la remise officielle du « Label Ping » au sein du club.

Un Label Or est attribué au club validant les 11 labels au cours des quatre ans.

## Présentation des 11 Labels

Les 11 labels sont répartis dans trois grandes thématiques :

### L'accueil



### Les équipements



### La promotion



## ★ ★ ★ L'accueil ★ ★ ★

*Depuis quelques dizaines d'années, on constate une évolution des pratiques sportives.*

*Les comportements ont fortement évolué. D'une pratique essentiellement réservée aux compétiteurs, nous sommes passés à une pratique autonome et diversifiée.*

L'allongement de l'espérance de vie, la place du loisir dans la société, la féminisation dans le sport, la sensibilisation aux handicaps et au bien-être, la découverte des activités chez les tout-petits sont autant d'enjeux importants pris en compte par le mouvement sportif.

Si la FFTT compte aujourd'hui près de 200 000 licenciés, ce sont plusieurs millions

de personnes qui jouent ponctuellement au « ping ». Pour preuve, tous les ans sont vendus près de 100 000 tables.

L'atout du « Ping » est de pouvoir être pratiqué sans limite d'âge.

Le challenge est d'accueillir tous les publics, des plus jeunes aux plus anciens en considérant que chaque public a ses motivations, ses modes de pratique et ses besoins :

- ✓ se faire plaisir en s'amusant ;
- ✓ se changer les idées en jouant en famille ou avec des amis ;
- ✓ prendre soin de sa santé en restant en forme ;
- ✓ progresser et se dépasser ;
- ✓ s'entraîner, faire de la compétition et gagner.



Le club doit pouvoir jouer de plus en plus un rôle social sur son territoire. Il est donc nécessaire de répondre aux attentes de chacun et de proposer une pratique adaptée. En répondant avec justesse à la demande, il sera plus facile de fidéliser les licenciés.



### ★ Les animations

La tendance est à l'ouverture vers le tout public : les loisirs jeunes et adultes, les seniors et retraités, les personnes en situation de handicap (moteur et cérébral), les entreprises, les féminines, les scolaires et étudiants...

### ★ Le Baby Ping

Le lancement du programme spécifique auprès des 4/7 ans, le public « Baby Ping » connaît un vif succès et des groupes spécifiques se développent de plus en plus dans les clubs. Des outils pédagogiques, avec en particulier la création du DVD du même nom et un matériel adapté, permettent de faire découvrir l'activité de façon ludique à l'école, à la maison et au club.

### ★ Le haut niveau

« La route du haut niveau » et le « PES » (Parcours d'Excellence Sportive) permettent de jalonner le parcours des jeunes dans leur progression avec comme objectif l'échelon international.

Le dispositif est tourné vers la performance et l'accès aux structures privilégiant la qualité (centres de formation de clubs, Pôles Espoirs, Pôles France).

### ★ L'encadrement

Tout club peut disposer d'un animateur, entraîneur, éducateur... Celui-ci anime, entraîne, éduque. Il peut être bénévole ou salarié. L'important est qu'il soit bien formé et compétent. Pour cela, il doit enrichir son expérience en échangeant, en participant à des stages, en allant voir ce qui se fait autre part... Bref, il doit être ouvert aux autres.

### ★ La formation des jeunes

Détection, initiation, perfectionnement, haut niveau : l'école de tennis de table s'adresse à des publics différents (âges, niveaux) à qui il faut proposer un volume d'entraînement adapté (de 1 à 8 séances par semaine). La progression à plus ou moins long terme se traduit par la qualification aux championnats de France jeunes (benjamins, minimes, cadets, juniors).

### ★ L'activité du club

Une vie de club active passe obligatoirement par la nécessité de créer un lien régulier entre tous les pratiquants. Une vie associative intense n'est possible que s'il y a de la convivialité et là, c'est l'affaire de tous : dirigeants, joueurs, entraîneurs, arbitres, parents, bénévoles... L'ambiance est communicative et nécessaire à la fidélisation du public.

Pour atteindre leurs objectifs, les responsables ont besoin de s'organiser et de structurer. La notion d'équipe prend ici tout son sens. C'est elle qui est en mesure d'obtenir des résultats notables grâce à la cohésion et la compétence dont elle fait preuve.

L'objectif est multiple : augmenter le nombre de licenciés (dont les jeunes et les féminines), de dirigeants, de cadres, trouver de nouveaux publics. Avec un nombre d'adhérents qui augmente, le club devient plus fort, mieux reconnu et plus « riche ». La recherche de nouvelles ressources, indispensables pour développer les structures et satisfaire les adhérents, réclame une vigilance permanente et concerne tous les acteurs de la vie pongiste.

## ★ Le management du club

L'équipe dirigeante est composée de femmes et d'hommes capables de se rendre disponibles et dont le désir de développer le club est constamment présent.

Le trio président, secrétaire, trésorier est le noyau dur de cette équipe autour duquel il est nécessaire d'adjoindre d'autres bénévoles.

Un salarié de la structure (entraîneur, agent de développement, agent administratif...) doit se sentir investi et partie prenante du projet de développement défini. Il est donc important de l'associer directement au plan d'actions.

Les élus gèrent la bonne marche du club, élaborent le projet de développement, et fixent les objectifs. Ils mettent en œuvre avec les salariés les moyens et actions nécessaires pour les atteindre. En mettant en avant ses savoir-faire, chacun a la possibilité de trouver sa place et ainsi de se rendre utile au sein du club.



## ★ La licenciation

Tous les adhérents d'un club doivent être licenciés ; c'est une obligation légale et un acte essentiel.

Le pratiquant qui adhère au club, qu'il possède une licence « promotionnelle » ou « traditionnelle », doit se sentir concerné par son association.

La finalité de la licence, outre les garanties d'assurance qu'elle procure, est de responsabiliser, valoriser et motiver le pratiquant mais aussi de développer et dynamiser le club et l'activité.

## ★ Les ressources humaines

Avec les nouvelles technologies et les moyens de communication modernes (sites internet, mails, réseaux sociaux), la communication interne s'est nettement améliorée.

La diffusion de l'information s'est largement développée et les adhérents qui ne passent pas régulièrement à la salle peuvent être mis au courant plus facilement de la vie du club.

Cette amélioration peut ainsi inciter des adhérents à vouloir s'impliquer au sein du club en tant que bénévoles.

Dans ce cadre, les élus et permanents salariés (s'il y en a) ont un rôle à jouer. Ils doivent mettre en place des actions pour les associer, les fidéliser, et les impliquer davantage pour créer un lien durable (exemple : organisation de manifestations internes ou compétitions...).

## ★ La politique de ressources

Sans argent, un club ne peut pas vivre ou se développer.

Si l'organisation de manifestations et les cotisations (bien « réfléchies ») permettent des rentrées financières conséquentes, la recherche de partenaires est également indispensable.

Les partenariats peuvent être publics (collectivités territoriales, CNDP) ou privés (partenariat ou mécénat...). Dans les deux cas, demander des aides (financières ou matérielles) passe souvent par la constitution d'un dossier clair et précis, incluant la notion « d'aller/retour » ou « gagnant/gagnant », concept primordial dans le cas d'un vrai partenariat.

Le comité, la ligue et la fédération sont à vos côtés pour vous aider à constituer des dossiers.

## ★ La convivialité

Rien de tel que l'organisation de manifestations festives et sportives internes pour renforcer la convivialité entre les membres du club.

L'organisation de tournois de jeux de cartes, de lotos, soirées dansantes... drainent en général beaucoup de monde.

La mise en place de tournois internes (début, milieu et fin de saison) peut renforcer les liens intergénérationnels.

Une manifestation sportive « externe » comme un tournoi ou une épreuve officielle (départementale, régionale ou nationale) peut aussi être planifiée. Elle permet alors au club de se faire mieux connaître sur un territoire plus large.

Se sentir bien dans un club, surtout quand on est pleinement investi, c'est également se sentir reconnu.

La valorisation du devoir accompli lors d'une remise de distinctions ou de récompenses (par exemple à l'assemblée générale du club) est toujours appréciée.



## ★ LABEL &gt; PING 4/7 ANS



Action(s) de détection pour les 4/7 ans	
Existence d'un groupe spécifique 4/7 ans	
Créneau(x) spécifique(s) pour les 4/7 ans	
Tarifification spécifique aux 4/7 ans	
Au moins une personne formée spécifiquement aux 4/7 ans (salarié, bénévole)	
Au moins deux personnes animant les 4/7 ans	
Utilisation du matériel pédagogique spécifique (raquettes Panda, balles de différentes tailles, etc...)	
Utilisation du DVD fédéral sur le Baby Ping	
Organisation du PPP des 4/7 ans avec référencement sur SPID (relation avec école)	
Au moins 5 poussins licenciés	
11 % de poussins licenciés par rapport au total de licenciés du club	

## ★ LABEL &gt; ÉDUC PING



Mise en place d'actions (cycle, séances) dans les écoles maternelles	
Mise en place d'actions (cycle, séances) dans les écoles primaires	
Mise en place d'actions (promotion, tournois) dans les collèges	
Mise en place d'actions (promotion, tournois) dans les lycées	
Mise en place d'actions (promotion, tournois) dans les universités	
Mise en œuvre locale du partenariat (convention) comité départ. / union sportive du primaire/maternelle	
Mise en œuvre locale du partenariat (convention) comité départ. / union scolaire du secondaire	
Mise en œuvre locale du partenariat (convention) ligue ou comité départ. / fédération universitaire	
Cadre(s) technique(s) agréé(s) par l'inspection académique pour intervenir en milieu scolaire	
Utilisation par les enseignants d'EDUC PING dans le programme scolaire	
Mise à disposition d'outils et de supports pédagogiques fédéraux	

## ★ LABEL &gt; FORMA PING



<b>Formation des jeunes :</b>	
Utilisation des outils fédéraux (Méthode Française, DVD Route du Haut Niveau)	
Participation au Top de Zone P/B1 et aux Championnats de France (B/M/C/J)	
Jeune(s) identifié(s) dans le PES (Parcours d'Excellence Sportive) fédéral ou sur les listes ministérielles	
<b>Encadrement technique assuré par au moins deux personnes différentes :</b>	
Breveté(s) fédéral(ux) (Jeune animateur Fédéral, animateur Fédéral, entraîneur Fédéral)	
Breveté(s) d'Etat (CQP, BPJEPS, CS, DEJEPS, DESJEPS) bénévole(s)	
Breveté(s) d'Etat (CQP, BPJEPS, CS, DEJEPS, DESJEPS) salarié(s)	
<b>Encadrement arbitral assuré par au moins deux personnes différentes :</b>	
Arbitres (Arbitre de Club, Arbitre Régional, Arbitre National, Arbitre International)	
Juges-Arbitres (JA1, JA2, JA3, JAN, JAI)	
Formations de dirigeants (CROS et CDOS comprises) réalisées et attestées, depuis moins de deux ans	
Formations de techniciens réalisées et attestées, depuis moins de deux ans	
Formations d'arbitres et/ou de juges-arbitres réalisées et attestées, depuis moins de deux ans	



## ★ LABEL > HANDI PING



Accueil des sportifs handicapés FFH et/ou FFSA (accès à la salle et aux commodités aux normes)

Section affiliée à la Fédération Française Handisport (FFH)

Section affiliée à la Fédération Française du Sport Adapté (FFSA)

Encadrement technique (pro ou bénévole) possédant le BPJEPS CS Handicap

Encadrement technique (pro ou bénévole) possédant le Certificat de Qualification Handisport (CQH) et/ou l'initiateur fédéral FFH (DEJEPS)

Encadrement technique (pro ou bénévole) possédant l'Attestation de Qualification Sport Adapté (AQSA)

Sportifs handicapés (FFH et/ou FFSA) intégrés dans un groupe d'entraînement du club

Groupe d'entraînement spécifique à l'handicap

Sportifs handicapés (FFH et/ou FFSA) intégrés dans des compétitions FTT

Partenariat avec un établissement spécialisé (ESAT, Centre de rééducation...)

Organisation de manifestations en direction des personnes en situation de handicap

## ★ LABEL > LOISIR PING



Existence d'un groupe loisir jeunes non compétiteurs

Existence d'un groupe loisir adultes non compétiteurs

Existence d'un groupe seniors/3ème âge

Existence d'un groupe de féminines

Organisation de tournois « fun » (déguisés, avec poêle, etc...)

Participation aux formations fédérales dédiées au public loisir

Organisation du Fit Ping Tonic

Encadrement des séances dirigées destinées au loisir adultes

Utilisation du créneau de la pause déjeuner pour les entreprises

Participation et implication aux décisions de la vie du club (commissions, Bureau, Comité Directeur)

Participation et implication aux organisations du club (buvette, tombola, forum, compétitions, etc...)

## ★ LABEL > PING AU FÉMININ



Progression du nombre de licenciées (saison N-1 à saison N)

Au moins deux féminines dans l'équipe dirigeante

Au moins une arbitre ou juge-arbitre

Progression du pourcentage de licenciées (saison N-1 à saison N) compétitrices dans l'effectif du club

Progression du pourcentage de licenciées (saison N-1 à saison N) loisir dans l'effectif du club

Actions de valorisation des dirigeantes

Existence d'au moins un créneau réservé à la pratique féminine compétitive

Mise en place d'une action spécifique lors de la journée de la femme (8 mars)

Formations visant à mieux travailler avec les publics féminins (colloques, formation Fit Ping Tonic, réunion de féminisation...)

Actions en faveur du développement et de la fidélisation du public féminin (tarification spéciale, animations particulières, aménagements spéciaux...)

Existence d'au moins un créneau réservé à la pratique du Fit Ping Tonic

## ★ LABEL &gt; PING SANTÉ



Au moins 11% de licenciés retraités dans le club	
Existence d'un créneau spécifique « retraités »	
Existence d'un créneau spécifique « santé » (entretien, prévention, rééducation, traitements...)	
Existence d'un créneau spécifique « insertion sportive » (public en difficulté sociale)	
Animateur formé au sport-santé	
Utilisation de la salle avant 16 heures	
Implication des « retraités » dans la vie du club	
Organisation de manifestations pour ces publics non compétiteurs	
Partenariat avec un organisme (association, Téléthon, institution de santé, centre social...)	
Actions promotionnelles pour attirer ces publics (communication visuelle, démarchage, démonstrations...)	
Utilisation de l'outil Ping Santé	

## ★ LABEL &gt; ACTI PING



Elu(e)s du club au Comité et/ou à la Ligue	
Organigramme de l'équipe dirigeante avec les responsabilités de chacun	
Stratégie mise en place pour l'accueil des pratiquants (personne dédiée, brochure...)	
Communication interne et externe (mailing, réseaux sociaux, réunions, site Web, ...)	
Implication des adhérent(e)s dans la vie du club	
Organisation de manifestations festives et/ou sportives	
Partenariat avec les institutionnels (commune, communauté de communes, Conseil départemental...)	
Partenariat privé (commerçants, artisans...)	
Participation du club aux épreuves départementales jeunes	
Participation au Critérium Fédéral	
Participation à la Coupe de France des clubs Bernard Jeu	



## ★ ★ les équipements ★ ★

*Quelle que soit l'infrastructure existante, salle polyvalente ou salle spécifique, les conditions de pratique sont essentielles pour fidéliser les licenciés et attirer de nouveaux publics.*

*L'objectif est autant d'augmenter la convivialité dans la salle existante que de se mobiliser pour obtenir une salle plus grande et plus adaptée à la réception de nouveaux adhérents.*

La réflexion engagée dans ce premier diagnostic doit permettre aux

dirigeants motivés de se lancer dans l'étude de la construction - ou la réhabilitation - d'une salle spécifique.

Si la salle est le projet prioritaire dans l'objectif de développement, les « instances fédérales » (comité, ligue, fédération) se rendront disponibles pour conseiller et assister le club dans toutes ses démarches : étude de faisabilité, conseils techniques pour l'agencement des locaux et pour l'homologation de la salle, contacts avec les partenaires...

Le document « Construire ou réhabiliter une salle de Tennis de Table » est d'ailleurs disponible sur simple demande.



### ★ La signalisation

Dans une commune, il est souvent facile de trouver le club de football car le stade est signalé par les panneaux indicateurs. Pourquoi le club de tennis de table n'aurait-il pas le même droit ?

Même si la réglementation en termes de signalisation est stricte, il y a peut-être une possibilité à voir avec la mairie pour que la salle soit facilement repérable.

Ce qui est le plus facile à mettre en valeur à l'extérieur, c'est le nom du club et les heures d'ouverture.

Le visuel attire davantage l'attention des curieux et... futurs adhérents.

### ★ Les commodités

Une enceinte sportive confortable donne envie aux pratiquants de jouer puis de revenir.

Le confort passe par des installations sécurisées, propres, chauffées, spacieuses et accessibles aux personnes en situation de handicap, autant dans la salle que dans les commodités.

### ★ L'aménagement de la salle

La salle est un lieu de pratique vivant qui doit s'adapter aux différents publics et de ce fait, l'agencement doit être évolutif.

La majorité des tables étant désormais mobiles, il est plus facile d'agrandir ou de réduire les aires de jeu en fonction des besoins.

De même, le matériel pongiste ne se résume pas aux tables homologuées, séparations, tables d'arbitrage, balles et paniers.

Le matériel pédagogique à constituer : cordes à sauter, cerceaux, plots, cônes, jalons, cibles colorées, balles de différents diamètres et matières... mais aussi de raquettes adaptées, robot, tables évolutives, mini-tables...

### ★ L'affichage

Souvent délaissée, la décoration d'une salle est pourtant l'âme du club.

Salle spécifique ou non, il y a toujours moyen d'égayer les murs. Outre le traditionnel affichage dédié à la pratique compétitive, il est bien aussi de prévoir des posters de champions, des affiches ou photos liées à l'enseignement (« Méthode Française », « Educ Ping » ou « Baby Ping » par exemple), les valeurs de l'activité, les résultats individuels et par équipe...

Il ne faut pas avoir peur d'exposer la vitalité du club !

### ★ Le club house

Ce lieu de convivialité et de détente ouvert à tous ne doit pas se limiter à la buvette d'après entraînement ou match ! Il doit offrir d'autres possibilités.

Bien agencé et meublé, le club house doit être un espace d'échanges et aussi permettre de se restaurer, de s'hydrater, de regarder la télévision ou les vidéos, de lire, de consulter internet... C'est un prolongement de la pratique sportive.

L'ambiance et l'identité club se créent souvent dans cet endroit qu'il est donc important de privilégier.

### ★ Le développement durable

*« Le développement durable répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs »* Rapport Brundtland en 1987.

Et le sport dans tout cela ?

Un sport durable est un sport qui se développe en tenant compte de l'impact de ses activités dans les domaines sociaux, environnementaux et économiques.

Le tennis de table veut apporter sa contribution à cet enjeu de changement de la société que représente le développement durable.





## ★ LABEL > EQUIP PING

Signalisation de la salle dans la ville	
Existence d'un parking proche de la salle	
Affichage extérieur (nom du club et horaires d'ouverture)	
Commodités aux normes (vestiaires, douches et sanitaires)	
Club house équipé (tables, chaises, fauteuils, tv, internet)	
Bureau équipé (tables, chaises, internet)	
Classement FFTT de la salle	
Salle spécifique (tables montées en permanence)	
Trousse premiers soins et DAE (défibrillateur) proche	
Affichage permanent (horaires, organigramme ...)	
Affichage réglementaire (diplômes, numéros d'urgence, consignes de sécurité)	

## ★ LABEL > PING DURABLE



Utilisation de transports collectifs ou covoiturage pour les compétitions et entraînements	
Achats de matériel, intendance en circuit court	
Outils et signalétiques adaptés pour le tri des déchets	
Partenariat avec le service de collecte des déchets	
Mise en place des éco manifestations	
Sensibilisation des adhérents contre les violences et incivilités	
Participation ou organisation d'actions de solidarité (reconditionnement des raquettes en interne ou projet FFTT)	
Actions sociales en lien avec la politique territoriale	
Action de réduction de consommables (ex : papiers/mail, bouteille eau/gourde...)	
Equipements adaptés pour réduire les consommations en eau et électricité (douche, robinet, WC, minuteur, détecteur, panneaux solaires)	
Equipement (salle) sportif de Haute Qualité Environnementale	





## La promotion



*Si de gros efforts sont consentis dans la communication interne, il est plus difficile pour le club d'être identifié et reconnu dans l'environnement proche qu'est la commune. C'est le but de la communication externe.*

La promotion est une affaire de communication. Communiquer est primordial pour exister et se développer. Accrocher l'attention du public non pongiste, retenir l'intérêt des partenaires sont des missions promotionnelles habituelles. Mais comment faire ?

Pour cela, il convient de se poser un certain nombre de questions pertinentes : quel message voulons-nous diffuser ? Quelles valeurs portons-nous ? Quelle image souhaitons-nous véhiculer ? Que peut nous apporter un partenaire ? Quelles manifestations devons-nous organiser pour promouvoir notre discipline dans la commune ?...

### ★ Les médias

La presse locale est un vecteur essentiel de communication. Connaître le correspondant est important ; le recevoir et lui rédiger les articles, c'est encore mieux. Ajouter des photos de qualité aux comptes rendus est un plus indéniable.

Les radios et télévisions locales peuvent être informées des événements majeurs ; il ne faut pas avoir peur de les solliciter !

### ★ Les supports et outils de communication

L'utilisation des panneaux municipaux pour apposer des affiches, la présentation du club dans le bulletin municipal ou le journal de quartier, la distribution de tracts dans les boîtes aux lettres sont aussi des moyens intéressants pour se faire connaître.

Dans ce domaine, la FFTT propose aux clubs des kits de communication (affichettes, dépliants) ciblés par types de publics (4/7 ans, féminines...) ainsi que des affiches sur le Premier Pas Pongiste, les Corps, les Vétérans... Elle distribue également des produits pédagogiques (CD ROM, DVD...) et promotionnels attractifs (pin's, bracelets...) via la boutique en ligne pour les licenciés et le grand-public.

Ces différents outils peuvent s'avérer utiles et efficaces en particulier en début de saison lorsque le club participe localement au forum des associations ou aux journées portes ouvertes.

Pour se faire connaître, le visuel (image et vidéo) est essentiel ; ne l'oubliez pas ! Pensez aussi que les commerces locaux peuvent vous soutenir dans cette démarche promotionnelle...

### ★ Le site internet et les réseaux sociaux

Outil de communication indispensable, le site internet du club permet de communiquer auprès d'un maximum de personnes à condition que le contenu soit attrayant et mis à jour très régulièrement. Le « bouche à oreille » devient la meilleure publicité pour le faire connaître aux non pongistes.

Le site internet du club doit être référencé sur différents espaces de recherche (Google, Yahoo, Firefox...), être mis à jour régulièrement et être en lien sur d'autres sites locaux (mairie, espaces jeunes, associations...), sans oublier les organes pongistes (comité et ligue).

Très prisés des jeunes, les réseaux sociaux tels que Facebook ou Twitter permettent de diffuser les informations encore plus vite.

### ★ Les animations

Le tennis de table est une discipline sportive qui a bonne « aura » auprès du monde enseignant.

La mise en place de cycles de découverte dans les écoles maternelles et primaires ainsi que les animations dans les Temps Aménagés Péricolaires sont une très bonne promotion. Des retombées en termes de licenciation existent.

Des démonstrations sont également possibles dans les collèges et lycées.

Un certain nombre de conventions ont été signées avec le monde scolaire et universitaire (USEP, UGSEL, UNSS, FFSU, ...), les fédérations associées (Handisport, Sport Adapté...) ou autres (Ministère de la Justice, de l'Intérieur...) et permettent de multiplier les opportunités d'animations.

Les entreprises (corpos) aiment bien le « ping » en général. Le club peut mettre à leur disposition des tables et organiser des tournois spécifiques.

### ★ Les manifestations

Ponctuellement, le club a la possibilité d'organiser quelques actions promotionnelles qui peuvent être porteuses : les démonstrations dans les galeries marchandes, le forum des associations, le passage de grades de la Méthode Française, le Baby Ping à l'école, le Premier Pas Pongiste local, le tournoi communal pour les non-licenciés, la journée portes ouvertes, les journées « sentez-vous sport », la participation au Téléthon...



## ★ LABEL &gt; PROMO PING



Organisation de manifestations et/ou animations promotionnelles (Ping Tour, démonstrations...)	
Organisation d'une opération «sentez-vous sport »	
Organisation de l'échelon local du Premier Pas Pongiste	
Organisation d'un tournoi pour les non-licenciés	
Organisation de journées portes ouvertes	
Participation aux manifestations des collectivités locales (dont forum des associations de la commune)	
Distribution et comptabilisation de Pass Ping	
Distribution et comptabilisation de Pass Tournoi	
Utilisation de supports média externes (panneaux, revue, site Web, presse, TV...)	
Présence du club sur internet (site web, référencement annuaires des associations..) et sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Google+ ou autres ...)	
Utilisation de la Méthode Française	





Fédération Française  
de Tennis de Table



# Procédures

---



## Le côté club



La gestion se fait dans l'espace « MONCLUB » dans lequel le club devra s'identifier



On trouvera cette nouvelle rubrique dans le menu « PROMOTION » puis « Labels club »

### ★ Le visuel global de la page

Tous les labels (11) seront proposés

<b>1</b>		<b>Label 2014/2015 &lt; EQUIP PING &gt;</b>
Statut	Avis Ligue	Décision FFFT
✓ Questionnaire rempli	Favorable	Validé
Les conditions de pratique sont essentielles pour fidéliser les licenciés et attirer de nouveaux publics. L'objectif est d'augmenter la convivialité dans sa salle ou se mobiliser pour obtenir une salle adaptée.		
<b>2</b>		<b>Label 2014/2015 &lt; PING DURABLE &gt;</b>
Statut	Avis Ligue	Décision FFFT
✓ Questionnaire rempli	Favorable	Validé
Un sport durable est un sport qui se développe en tenant compte de l'impact de ses activités dans les domaines sociaux, environnementaux et économiques. Le tennis de table veut apporter sa contribution à cet enjeu de changement de la société		
<b>3</b>		<b>Label 2014/2015 &lt; PING 4/7 ANS &gt;</b>
Statut	Avis Ligue	Décision FFFT
Questionnaire rempli	-	-
Le Ping pour les petits, parfois appelé Baby Ping (par abus de langage) fait l'objet de règles et de principes fédéraux, matérialisés par ce label.		
<b>4</b>		<b>Label 2014/2015 &lt; EDUC PING &gt;</b>
Postuler à ce Label		Matérialisation du lien qui existe entre le club et l'école, au sens le plus large, avec tous les niveaux scolaires et avec la mise à disposition des outils fédéraux et partenariaux.

### ★ Postuler à un label

Les clubs ne seront pas tous en position de postuler à tous les labels. Pour postuler à l'un ou plusieurs d'entre eux, ils devront simplement cliquer sur le bouton « Postuler à ce label ».

Pour les guider dans leur choix, ils pourront au préalable découvrir le label avec la présentation indiquée et également cliquer sur l'œil afin de pré-visualiser le questionnaire et avoir ainsi une vue précise des conditions d'obtention du label en question.

**4**

**Label 2014/2015 < EDUC PING >**

Postuler à ce Label

👁

Matérialisation du lien qui existe entre le club et l'école, au sens le plus large, avec tous les niveaux scolaires et avec la mise à disposition des outils fédéraux et partenariaux.



N°	Question/Information	
1	Mise en place d'actions (cycle, séances) dans les écoles maternelles	<input checked="" type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
2	Mise en place d'actions (cycle, séances) dans les écoles primaires	<input checked="" type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
3	Mise en place d'actions (promotion, tournois) dans les collèges	<input checked="" type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
4	Mise en place d'actions (promotion, tournois) dans les lycées	<input checked="" type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
5	Mise en place d'actions (promotion, tournois) dans les universités	<input checked="" type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
6	Mise en oeuvre locale du partenariat (convention)	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non

## ★ Remplir le questionnaire

A l'issue de cette opération de demande (instantanée), le club devra remplir le questionnaire (en général des questions Oui/Non) mais ça peut être différent (choix, saisie de texte etc...)



Lorsque le questionnaire est validé, un mail est envoyé automatiquement à la ligue concernée ainsi qu'au groupe « Label FFTT » du siège (composition du groupe à déterminer).

## ★ Questionnaire rempli

A l'issue de la validation du questionnaire, on peut voir l'état « ligue » et « FFTT »

Si ni la ligue, ni la FFTT n'ont commencé leurs réponses, le club peut retourner librement sur le questionnaire pour le modifier.

3			PING 4-7 ANS		Label 2014/2015 < PING 4/7 ANS >	
Statut	Avis Ligue	Décision FFTT	Le Ping pour les petits, parfois appelé Baby Ping (par abus de langage) fait l'objet de règles et de principes fédéraux, matérialisés par ce label.			
Questionnaire rempli	-	-				

Si la ligue et/ou la FFTT ont donné un avis ou une décision, le club ne peut plus retourner dedans pour modifier.

2			PING DURABLE		Label 2014/2015 < PING DURABLE >	
Statut	Avis Ligue	Décision FFTT	Un sport durable est un sport qui se développe en tenant compte de l'impact de ses activités dans les domaines sociaux, environnementaux et économiques. Le tennis de table veut apporter sa contribution à cet enjeu de changement de la société.			
Questionnaire rempli	Favorable	Validé				

## ★ Les labels obtenus

A l'issue des décisions prises, le club pourra visualiser directement les labels obtenus

Mes Labels	
	Label 2014/2015 < PING DURABLE > Obtenu le 26/01/2015 Valable jusqu'au 26/01/2022
	Label 2014/2015 < EQUIP PING > Obtenu le 26/01/2015 Valable jusqu'au 26/01/2019

## ★ ★ Le côté ligue ★ ★

La gestion se fait dans l'espace « SPIDWEB » dans lequel la ligue devra s'identifier.



On trouvera cette nouvelle rubrique dans le menu « CLUBS » puis « Labels club ». La rubrique Labels FFTT (décrite plus loin) ne sera visible que pour les utilisateurs du domaine FFTT.

### ★ Le tableau récapitulatif

Ce tableau permet d'avoir une vue synthétique des labels (validés ou non validés). Les demandes les plus récentes sont affichées en tête de liste. Sur l'exemple ci-dessous on voit que deux labels ont été validés et un autre est en attente. Afin de prendre sa décision (avis), la ligue pourra visualiser (voire modifier) les réponses du club en cliquant sur l'œil.

Maj.	Statut	N° Club	Nom Club	Label	Date demande	Visualiser	Avis Ligue	Décision FFTT
	✓	12751450	AS FFTT	Label 2014/2015 < PING 4/7 ANS >	27/01/15		-	-
	✓	12751450	AS FFTT	Label 2014/2015 < PING DURABLE >	26/01/15		Favorable	Validé
	✓	12751450	AS FFTT	Label 2014/2015 < EQUIP PING >	26/01/15		Favorable	Validé

Retour aux labels

### Label Club 2014-2015 - Label < PING 4/7 ANS > 12751450 AS FFTT

N°	Question/information	
1	Action(s) de détection pour les 4/7 ans	<input checked="" type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
2	Existence d'un groupe spécifique 4/7 ans	<input checked="" type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
3	Créneau(x) spécifique(s) pour les 4/7 ans	<input checked="" type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non

### ★ Mettre un avis

A l'issue de l'étude du questionnaire, la ligue peut donner un avis et le motiver

Label 2014/2015 - PING 4/7 ANS - CLUB : 12751450

Avis:  Commentaires (250 car. max):

L'avis de la ligue peut être : favorable, défavorable ou en cours (si elle veut prendre du temps pour vérifier des informations).

## ★ ★ Le côté FFTT ★ ★

La gestion se fait dans l'espace « SPIDWEB » dans lequel l'utilisateur de la FFTT devra s'identifier.



On trouvera cette nouvelle rubrique dans le menu « CLUBS » puis « Labels FFTT ».  
Ce choix n'est visible que pour certains utilisateurs.

### ★ Le tableau récapitulatif

Ce tableau permet d'avoir une vue synthétique des labels (validés ou non validés). Les demandes les plus récentes sont affichées en tête de liste. Sur l'exemple ci-dessous on voit que deux labels ont été validés et un autre est en attente. Afin de prendre sa décision, la FFTT pourra visualiser les réponses du club en cliquant sur l'œil.

Maj.	Statut	N° Club	Nom Club	Label	Date demande	Visualiser	Avis Ligue	Décision FFTT
	✓	12751450	AS FFTT	Label 2014/2015 < PING 4/7 ANS >	27/01/15			
	✓	12751450	AS FFTT	Label 2014/2015 < PING DURABLE >	26/01/15		Favorable	Validé
	✓	12751450	AS FFTT	Label 2014/2015 < EQUIP PING >	26/01/15		Favorable	Validé

### ★ Mettre un avis

A l'issue de l'étude du questionnaire, la FFTT peut donner un avis et le motiver

**Label 2014/2015 < PING DURABLE > - Club : 12751450**

Informations ligue

**Avis de la Ligue**  
**Favorable**

Commentaires ligue

Décision FFTT

Décision FFTT

Validé

Commentaires (250 car. max)

Validation FFTT (JJ/MM/AAAA)

26/01/2015

Date fin validité (JJ/MM/AAAA)

26/01/2022

L'avis de la FFTT peut être : validé, refusé, en attente ou en cours (si elle veut prendre du temps pour vérifier des informations).

Les membres du groupe Label FFTT pourront avoir un accès consultatif sur ces informations (Identifiant et mot de passe fournis par la FFTT) sans pouvoir pour autant valider la décision. Celle-ci sera validée au siège après synthèse et validation par le groupe. Ces décisions pourront être motivées et une date de fin de validité du label sera renseignée.



# Fédération Française de Tennis de Table

Fédération Française de Tennis de Table

3 rue Dieudonné Costes  
75013 PARIS

#FFTTofficiel - 01 53 94 50 00 – fftt@fft.email



DailyMotion



Flickr



Twitter



Facebook