



Plan stratégique 2025-2030

Ligue Francophone Belge de Badminton



Objectif de cette présentation

PARTIE I : Phase finale de la
professionnalisation de la LFBB

PARTIE II : Stratégie 2025-2030

PARTIE III : Quelques projets à la
réflexion

VARIA : Etat d'avancement des projets
en cours et discussion à bâtons rompus

PARTIE I

Phase finale de la professionnalisation de la LFBB

- Dirigeant de fédération à titre bénévole :
 - Motivations variables
 - Compétences variables
 - Investissements variables
 - Incertitudes / risques / inconfort / peur / stagnation
- Professionnalisation : scission stratégie / concrétisation

Organe d'administration

Direction générale

Michel PICALAUSA
Secrétaire général

Marine SEIJKENS
Directrice coordination &
développement

Frédéric GASPARD
Directeur technique HN
Responsable CFES
Coach U19

Kevin VERVAEKE
Directeur technique
développement
Responsable Formations
Cadres

Olivier DE NIEUPOORT
Resp. Événements

Michaël PETRE
Resp. Compétitions

Hélène QUINIET
Secrétaire administrative &
financière

Olivier DE NIEUPOORT
Resp. Communication

Gaëtan TOOTH
Educateur

Indra Bagus ADE CHANDRA
Entraîneur / Coach Seniors

François DELVAUX
Julien PAULUS
Préparateurs physiques

Simon ECKHOUDT
Florent KERSTERS
David JACO
Entraîneurs / Coachs volontaires

Conseil d'administration

- Définir les missions stratégiques
- Fixer les objectifs à moyen et à long terme
- Confier la réalisation des missions et objectifs à la Direction Générale
- Valider/arbitrer les budgets présentés par la Direction Générale
- Non compétent pour la gestion journalière

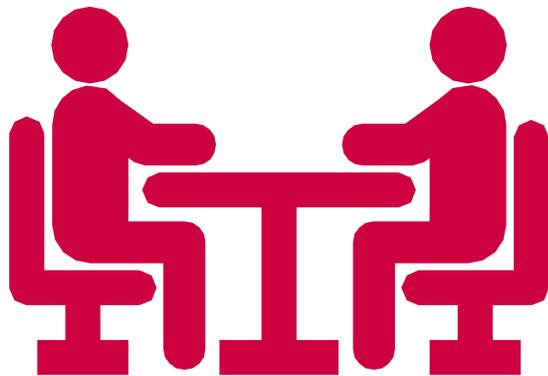


Direction générale

- Rôle d'élaboration : comment atteindre tel objectif ? quel projet pour quelle mission ?
- Rôle d'exécution : mise en place concrète des projets après validation du CA
- Rôle de suivi : respect des deadlines (agendas à rebours) et aboutissement des projets
- Gestion journalière
- Autogestion
- Autonomie et responsabilités

Direction générale

Fonctionnement



- La DG est un organe collégial, représenté auprès du CA par le Secrétaire Général
- Réunions régulières afin de faire le point sur la gestion journalière et le suivi des projets. PV transmis au Comex.
- Elaboration des budgets
- Idées en lien avec la politique générale
- Préparation des AG

PARTIE II

Stratégie 2025-2030

1. Déterminer le but à atteindre (objet social & missions)
2. Être conscient des écueils
3. Déterminer et prioriser les objectifs intermédiaires
 - À court terme
 - À moyen terme
 - À long terme

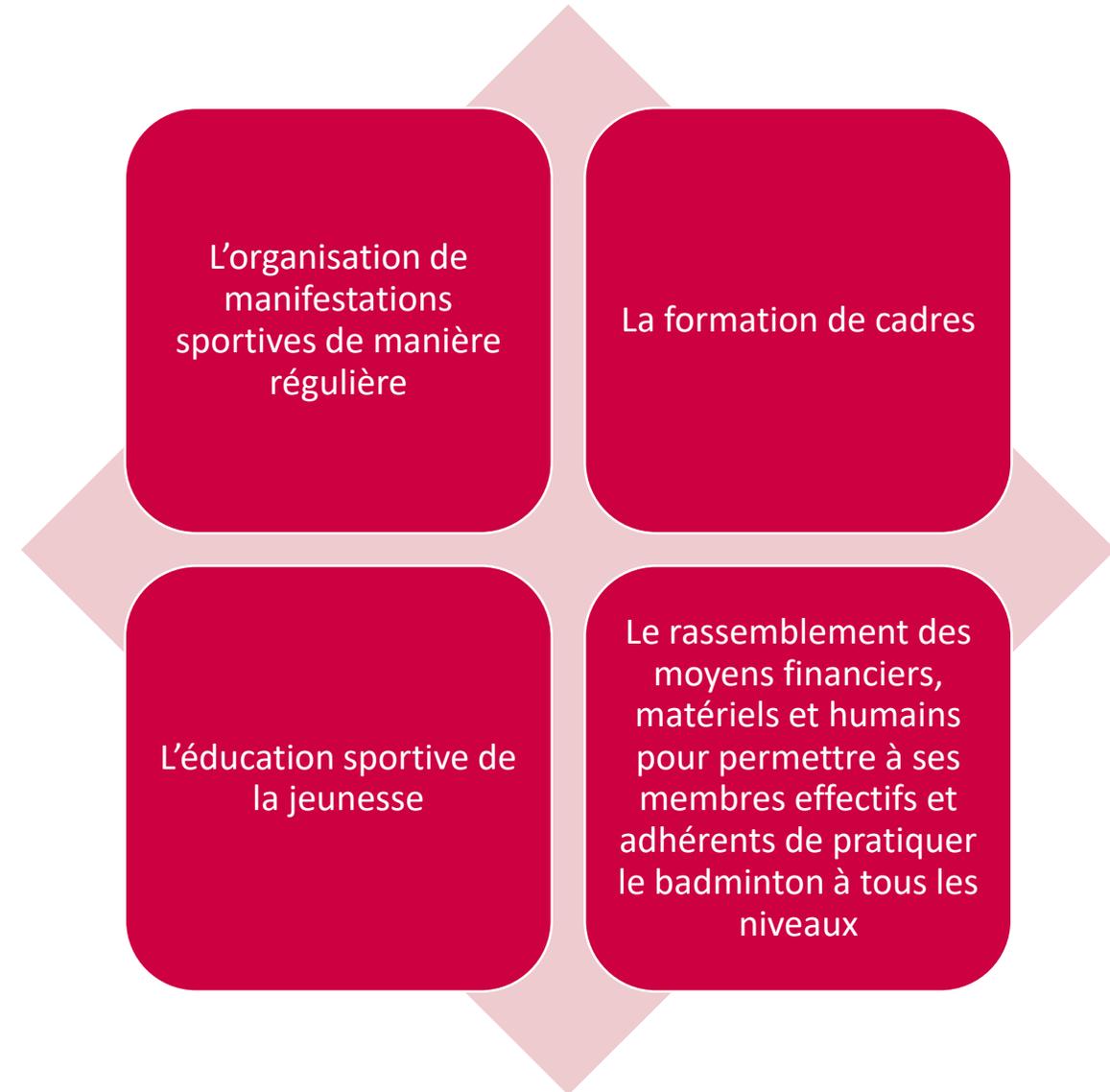


1. Déterminer le but à atteindre

Objet social & missions

OBJET SOCIAL

Promotion et
développement du
badminton par :



QUID DES CLUBS ?

Cercle vertueux :
Si le badminton se développe,
les clubs se développeront
aussi (finances / niveau /
infrastructures / services de la
LFBB)

Attention :
Ne pas négliger les clubs qui
ne souhaitent pas se
développer

Rappel AG mars 2018 :
Vote favorable pour une
dissociation des statuts des
clubs

Nos ambitions en une phrase ...

Nous voulons être une ligue en croissance – quantitativement et sportivement - gérée de manière professionnelle et efficace et au sein de laquelle nos affiliés - *clubs et joueurs* - se sentent bien.

Comment mesurer
l'accomplissement
de ces ambitions?

- Augmentation du nombre de members
- Augmentation des moyens
- Performances

2. Être conscient des écueils actuels



Bénévolat



Turn over important



Intensification de la
pratique auto-
organisée



Dépendance
financière



Organisations
privées

3. Fixer des objectifs

À court terme

Développer l'image de la LFBB auprès de ses membres en valorisant davantage nos services actuels

→ *Value for money*

Développer une stratégie de communication visant la promotion du badminton

Améliorer la communication interne

Mise en place d'un programme de détection des jeunes talents

Conscientiser les clubs sur l'importance de l'accueil des nouveaux membres

3. Fixer des objectifs

À moyen terme

Développement des services

→ Capturer les non-affiliés, fidéliser les affiliés

Développement d'un plan marketing axé sur le public loisir

→ Image d'une ligue dynamique et attractive

Développement qualitatif des jeunes (de 7 à 26 ans) et de l'image "sport plaisir"

Augmentation de la sensation de bien-être des membres effectifs et des membres adhérents

Croissance du nombre d'entraîneurs brevetés

3. Fixer des objectifs

À long terme

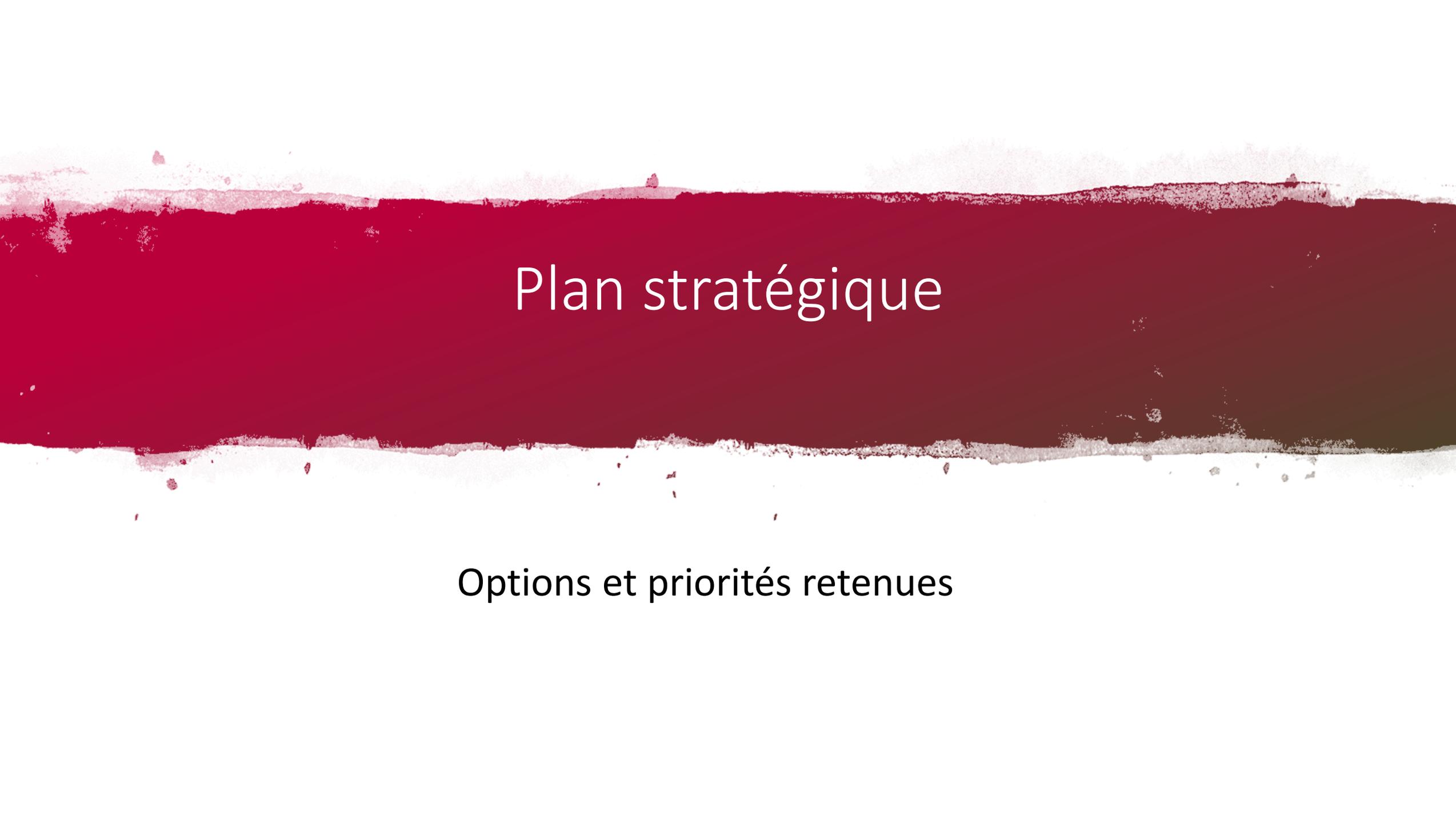
Augmentation significative
du nombre de membres
→ 15.000 en 2025 ?

Augmentation du nombre
de compétiteurs
→ Membres à fort taux de
rentabilité

Transformation des talents
détectés en champions
→ Qualification olympique
à chaque olympiade

Aider les clubs à se
réformer
→ Proposer une offre
segmentée adaptée aux
demandes différenciées

Professionnalisation des
clubs, des dirigeants et des
cadres techniques

A scenic landscape with a blue sky, green hills, and a body of water. The text is overlaid on the image.

Plan stratégique

Options et priorités retenues

Plan stratégique

4 axes

1. **Stratégie de développement**
2. Stratégie de communication
3. Stratégie financière
4. Stratégie de Haute Performance

Axe 1 : Stratégie de développement

- a. Augmentation du nombre de membres
 - Capter
 - Fidéliser hautement prioritaire
- b. Augmentation du nombre de compétiteurs → fidéliser hautement prioritaire
- c. Augmentation du nombre d'entraîneurs brevetés hautement prioritaire
- d. Création de nouveaux clubs

a. Augmentation du nombre de membres

Fidéliser les membres (réduction *turn-over*)

- Les clubs :

- Aide à la gestion (professionnaliser, augmentation des plus-values, diminution des contraintes, mise à disposition d'un entraîneur, ...)
- Aide pour les clubs en difficultés : mise en avant du club sur nos réseaux sociaux, aide à la gestion des membres, recherche de solutions (fusion de clubs, travailleur associatif, ...)
- Implication dans les projets LFBB (politique participative)
- Mise en place d'un « Service d'aide administrative »
- Mise en place d'un « Service technique »

a. Augmentation du nombre de membres

Fidéliser les membres (réduction *turn-over*)

- Les membres affiliés :
Amélioration de l'offre des compétitions tout genre, offre de formation adaptée à tous les niveaux et à tous les âges, avantages liés à l'affiliation
- Les membres non affiliés :
Développement d'une offre loisir à fréquence régulière (compétitions, formations, stages, ...)
- Les jeunes :
Programme de détection, dynamisation des compétitions, création d'un esprit d'équipe (interclubs / inter-écoles)
- Pour les actions à long terme :
Privilégier la tranche d'âge 7-26 ans

b. Augmentation du nombre de compétiteurs

L'offre de compétitions actuelle est quasiment identique à celle de la création de la LFBB ... or, pour la plupart des affiliés, leurs attentes ont évolué.

- Moderniser l'offre existante
- Compléter l'offre en proposant de nouveaux formats de compétition



Compétiteurs adultes

- Nouvelle règlementation pour des compétitions moins chronophages
- Création de circuits compétition pour tout niveau
- Nouveaux formats de tournoi pour des rencontres plus dynamiques, attractives et moins chronophages : tableaux débutants (moins d'un an d'affiliation), ronde suisse, entrées échelonnées, consolantes, ronde italienne (par équipe), ...
- Nouveaux formats d'interclubs (+ de doubles, - de simples, seniors, ...)
- Nouveau format Coupe LFBB (esprit club, intégration de tous les niveaux)
- Organisation de stages



Compétiteurs Jeunes

- Nouveaux formats de compétition plus dynamiques pour les joueurs et moins chronophages pour les accompagnateurs (parents, coaches, ...)
- Organisation de stages
- Compétitions inter-écoles
- Interclubs

Développement de l'offre « Loisir »

- **Objectifs** : proximité, convivialité, mixité, beaucoup de matches pour peu d'attente, ... avec un minimum d'aspect compétitif (le badminton = sport d'opposition où tous se prennent au jeu de compter les points)
- **Développement de notre marque loisir**
: Badminton Games ou Bad' Games ou ...

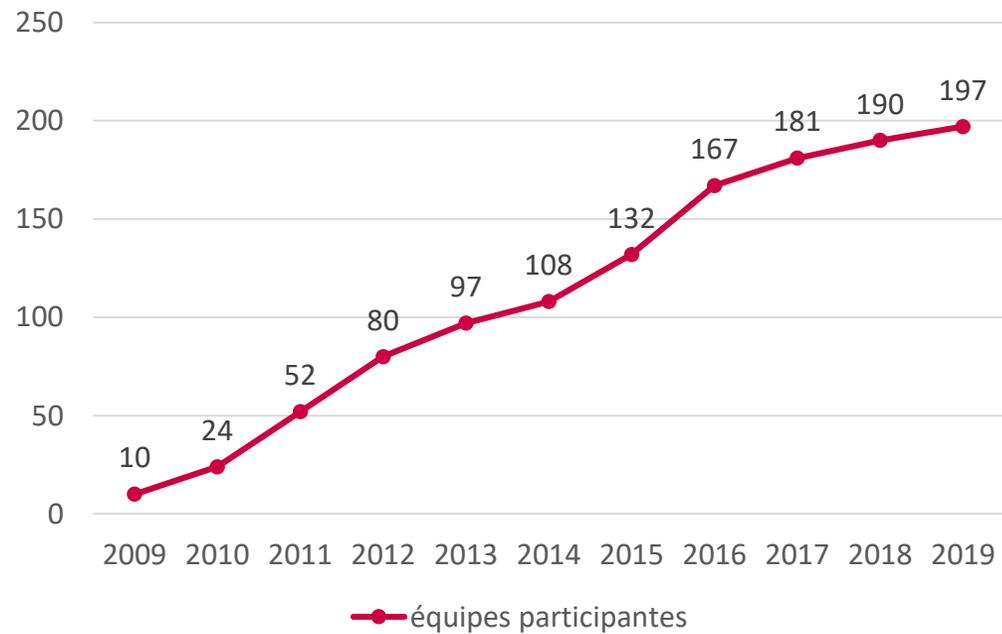
Développement de l'offre « Loisir »

- Boxes (partenariat avec les centres sportifs)
 - Bad Games '*Box to box*'
- Circuit par étapes (challenge) en simple et en double (avec consolantes)
 - Exemple : Bad Games '*Challenge du Hainaut*'
- Stages
- Cours collectifs
 - Bad Games '*Start to Bad*'
- Challenge multisports en collaboration avec d'autres fédérations
 - Bad Games '*Edition multisports*'

Loisirs

- Tournois par équipes (ronde italienne)
 - Homogènes ou mixtes → Exemples : Bad Games 'Team Girls', 'Boys only', 'Mixed team'
 - Transgenres et mélange de catégories (homme contre femme, jeune contre senior, double contre mixte) → Bad Games 'United colors of badminton'
 - Parent/enfants (les parents jouent entre eux, les jeunes font pareil. Chaque victoire rapporte un point à l'équipe → le jeune encourage le parent et *vice-versa*) → Bad Games 'Edition famille'
 - Seniors → Bad Games 'Edition 50+'
 - Jeunes → Bad Games 'Kids'
 - Jeu unifié → Bad Games 'Unified'

Loisirs



- Compétitions inter-entreprises (Exemple : Hockey Corporate)
 - Bad Games 'Entreprises'

Public Seniors

- Création d'une section 'Seniors'
- Interclubs Seniors (sans simples ?)
- Tournois Seniors

c. Augmentation du nombre d'entraîneurs brevetés

- Professionnaliser l'activité
 - Fixation de barèmes, groupement d'employeurs, engagement LFBB, ...
- Donner le goût du bad aux professionnels du sport
 - Transmission des affinités pour notre discipline
 - Lien club/école
 - Plus grand vivier d'entraîneurs pouvant prétendre à une subvention
 - Détection des jeunes talents

Plan stratégique

1. Stratégie de développement
2. **Stratégie de communication**
3. Stratégie financière
4. Stratégie de Haute Performance

Axe 2 - Stratégie de communication

- Amélioration de la communication interne
 - Clubs affiliés
 - Communication proactive des obligations légales : registre UBO, nouveau code des asbl, ...
 - Informations pratiques : travail associatif, barèmes pour volontaires, passage en asbl, subsides Adeps, ...
 - Membres affiliés
 - Lettre de bienvenue pour les nouveaux membres
 - Carte d'affiliation
 - Mise en avant des services offerts par la LFBB (compétitions, formations, ...)
 - Newsletter

Axe 2 - Stratégie de communication

- Amélioration de la communication externe
 - Membres non-affiliés
 - Création de divers canaux de communication parallèles.
 - Le public loisir doit avoir l'impression qu'on s'adresse directement à lui.
 - Création d'une marque 'Badminton Loisir'
 - Communication de l'offre 'Loisir'

Plan stratégique

1. Stratégie de développement
2. Stratégie de communication
3. **Stratégie financière**
4. Stratégie de Haute Performance

3. Stratégie financière

- Augmentation du nombre de compétiteurs : 1.000 compétiteurs supplémentaires = augmentation du bénéfice net de 32.000 €
- Evénements loisirs payants : les non affiliés participent à l'augmentation de nos moyens (prix réduits/gratuité pour les affiliés)
- Diversification des subsides (provinces, Ministère des Sports, Europe, ...)

Plan stratégique

1. Stratégie de développement
2. Stratégie de communication
3. Stratégie financière
4. **Stratégie de Haute Performance**

Axe 4 : Stratégie de Haute Performance

À venir

Fin de la partie II

1. Stratégie de communication (prioritaire à court terme)
2. Stratégie de développement (prioritaire à moyen terme)
 1. Fidéliser les membres
 2. Fidéliser les compétiteurs (adultes / jeunes / goût de la compétition aux loisirs)
 3. Augmentation du nombre d'entraîneurs brevetés



LFBB

-

Qu'attendre cette saison ?

1. Nouveau système de classement

- Principes
 - 1 match (interclubs ou tournoi) = des points (en fonction de l'adversaire)
 - Classement = moyenne des points gagnés
 - Minimum de matches à jouer sur 12 mois
 - Calculs favorables (victoires et défaites)
 - Limitation des descentes
- Phase de test : saison 2019/2020 (premières simulations disponibles fin octobre)
- Entrée en vigueur prévue : 30 juin 2020 (avant la phase d'inscription des équipes d'interclubs)

2. Avantages destinés aux joueurs récréants

- Quoi de nouveau ?

- Possibilité de participer à un tournoi par an (à priori celui de leur club pour ceux dont le club organise un tournoi) sans frais supplémentaires.

- Objectif : inciter les gestionnaires de club à encourager leurs membres récréants (nouveaux et anciens) à s'essayer à la compétition.

- Avantages :

- Pour le club : Rentrées financières supplémentaires (coût moindre à l'affiliation pour les membres qui ne font que le tournoi du club, potentiellement + membres qui participeront au tournoi du club)
- Pour la LFBB : De nouveaux membres pourraient prendre goût à la compétition (classement D réservé aux débutants) et passer au statut compétiteur (plus rémunérateur pour la ligue).

3. Le statut du club Loisir

- Idée : mise en place en mai 2020
 - Moins d'obligations
 - Certaines questions demeurent (seuils / définition / quid du Quorum aux AG ?)

3. Repenser l'élaboration et la mise en place des règlements

- **Le Conseil d'administration est mandaté par les clubs**

- Or, les clubs pourraient, en une soirée, empêcher des évolutions réfléchies pendant des mois
- Les clubs peuvent modifier, en une soirée, un article de règlement
- Il faut responsabiliser les administrateurs LFBB dans leurs réflexions
- Il faut responsabiliser les candidats à un poste d'administrateur LFBB : ils doivent chacun présenter leur philosophie, leurs idées stratégiques, leur « courant politique »
- L'AG devrait :
 - Valider le travail d'une année
 - Garder sa compétence en matière de hausse de la cotisation
 - Elire ses représentants autrement que par formalité

5. Projet « Tournois » en 2021

- **Idée : repenser les tournois**

- Formules alternatives rendues possibles par le nouveau système de classements
- Projets-pilote avec quelques clubs
- Circuit, avec évolutions sur le long terme (amélioration de l'attractivité des compétitions et de la qualité des infrastructures)
- S'adapter...

5. Le Top 16 : Compétition phare

- Idée : Plus de visibilité, plus d'attractivité, plus de spectacle, plus de professionnalisme
 - Discussions en cours au regard de la compétition des IC Nationaux
 - Adapter les conditions de participation d'une équipe au Top 16
 - Organiser le Top 16 en phase avec la presse (journées de compétition)
 - ...

7. Nouveau code des sociétés et des asbl (CSA)

- **Entrée en vigueur :**

- 01/05/2019 pour les nouvelles ASBL
- 01/01/2020 pour les ASBL existantes
 - Obligation pour les normes impératives (une norme statutaire contraire sera réputée être non écrite !)
- 01/01/2024 : limite pour l'adaptation des statuts
 - **Attention !** Toute modification des statuts rendra obligatoire la mise en conformité totale avec la nouvelle loi.

8. L'assemblée générale

- Procurations :

- En *blanc-seing* (sans désignation d'un club tiers) → le Président désigne lui-même le club tiers
Avantage : diminution (disparition) des amendes liées aux absences AG.
- Avec désignation d'un club tiers (l'autorisation du club tiers est exigée)
- Avec intentions de vote (facultatif)

- Option :

- Rassembler AG des comptes et AG ordinaire en mars. La date du mois de mai serait maintenue pour des tables de discussion.