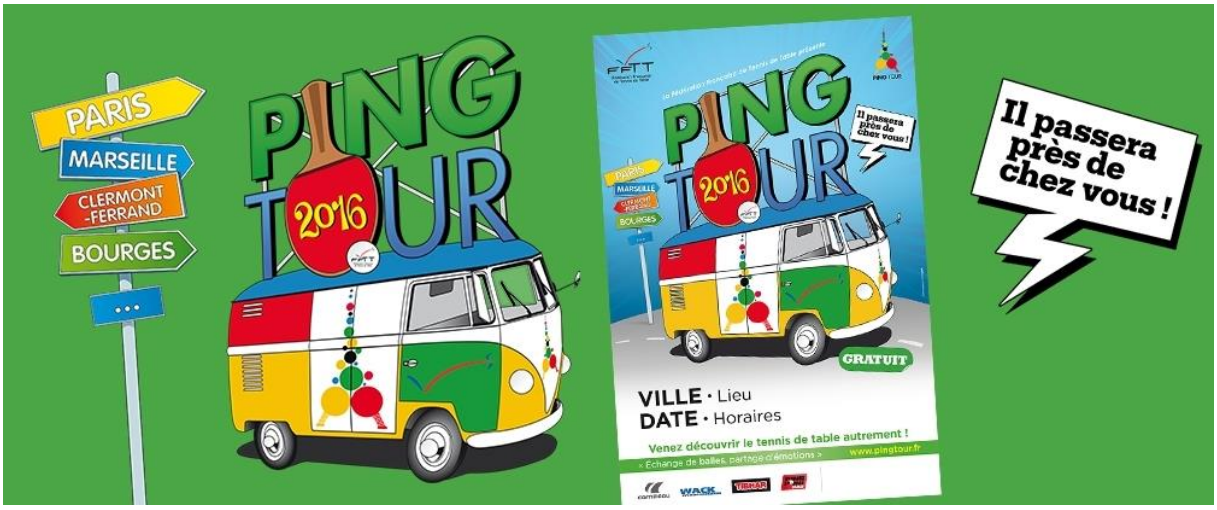

PING TOUR 2016

DE MAI A SEPTEMBRE

I – PRESENTATION DU PING TOUR 2016

1 – DESCRIPTION GENERALE

A – Enjeux et objectifs

Le Ping Tour est une grande tournée promotionnelle initiée par la FFTT dans le cadre du Mondial Ping en 2013. Cette année, elle a eu lieu en France du 28/05 au 24/09/2016 dans 29 villes-étapes.

Cette tournée a pour but de promouvoir vers le grand-public la pratique du tennis de table sous différentes formes, ainsi que nos Equipes de France.

La mise en place de la licence évènementielle permet également de recenser les coordonnées de ces pratiquants occasionnels et de créer un lien direct avec eux. Elle permet enfin de les comptabiliser et de les valoriser dans les effectifs de la FFTT.

Pour chaque étape, un dispositif d'animation adapté a été implanté sur une journée (de 10h30 à 18h30 environ), dans un lieu central ou emblématique de la ville d'accueil (une place, un parc, des quais), à l'extérieur.

B – Dispositifs d'animation proposés aux organisateurs locaux

Un appel à candidatures a été lancé entre septembre et décembre 2015 auprès des organisateurs locaux potentiels (instances déconcentrées de la FFTT – ligues et comités).
Trois niveaux de dispositifs et configurations d'animation étaient proposés (1, 2 et 3) selon la taille et les possibilités d'accueil locales.

4 à 8 univers de pratique et d'animation pouvaient être choisis par les organisateurs locaux parmi lesquels :

- Le Ping pour les 4-7 ans avec du matériel et des exercices pédagogiques adaptés,
- Le Techni Ping pour l'apprentissage des coups techniques de base de l'activité,
- Le Free Ping pour jouer librement sur des tables de formes et de tailles variées,
- Le Fit Ping Tonic
- Ping Santé pour une pratique couplée à des exercices de remise en forme et d'entretien de sa santé, des tests adaptés…,
- L'Handi Ping pour les personnes en situation de handicap ou des mises en situation de handicap pour des personnes valides,
- Le Compet Ping via un tournoi dédié aux non-licenciés ou pratiquants occasionnels
- Espace démonstration : montrer la pratique de haut-niveau, promouvoir nos joueurs et joueuses des équipes de France ou espoirs, et pour mieux présenter notre sport avec ses exigences (exercices paniers de balles), mettre en avant les personnalités locales, et remettre les récompenses aux différents vainqueurs (concours, tournois…).

Tous ces ateliers ont été encadrés par des animateurs, les personnes étant accueillies par des agents d'accueil.

<u>Dispositif de Niveau 1 avec 8 univers d'animation et un pilotage direct de la FFTT en lien avec un organisateur local sur un espace disponible d'environ 2500 m²</u>

<u>Etape de niveau 1</u>

Bourges

Ce sont les grandes villes françaises qui sont prioritaires pour candidater sur ce dispositif. Un appel à candidature a donc été effectué auprès de l'ensemble des clubs des villes de plus de 100.000 habitants ainsi qu'auprès des comités départementaux et des ligues.
Pour ce type de configuration (3 étapes retenues), la FFTT en lien avec ses partenaires apporte le matériel d'animation à l'organisateur local via un semi-remorque avec :

. 41 tables (dont 23 classiques)
. Du matériel pédagogique adapté aux différents espaces (swiss-ball, steps, robots, radars de vitesse, plots, cerceaux,…)
. Le décorum (arche, bâches univers, oriflammes…)
. Le matériel de jeu (raquettes, balles,…)
. Les goodies à donner aux participants
. Le stand FFTT/Ping local pour l'accueil

L'organisateur local est chargé quant à lui de mobiliser une soixantaine de bénévoles dont 20 animateurs, 20 personnes chargées de l'accueil et de la promotion (stand ping local notamment), et 20 autres personnes pour la gestion logistique et matérielle.
En amont, il doit promouvoir l'opération en organisant des actions de proximité auprès de publics cibles et avec des supports de communication fournis par la FFTT (affiches, flyers, vidéo…).
Il est également en charge de la sécurité et de l'assistance médicale. Il peut vendre des stands à des partenaires locaux hors tennis de table et mettre en place une buvette (quand la mairie l'autorise).

La ville est chargée de mettre à disposition pour la journée la place ou une partie d'espace disponible (parc, espace sportif parking…) **au centre de la ville**.
Elle apporte le matériel lourd et le dispositif technique nécessaire (500 mètres de barrières Vauban, scène centrale, câblages électriques, sono musicale et micro, toilettes chimiques…).

- ***Dispositif de niveau 2 avec au minimum 4 univers d'animation et un pilotage délégué à un organisateur local sur un espace disponible d'environ 1250 m²***

Les autres villes françaises pouvaient candidater pour une organisation de Niveau 2 (ou celles qui n'avaient pas été retenues sur le dispositif de niveau 1).
Pour ce dispositif, l'organisateur devait proposer au minimum 4 univers de pratique dont le 4/7 ans, le free-ping, le fit ping tonic et le Ping santé.
Pour ce type de configuration, la FFTT en lien avec ses partenaires propose le matériel d'animation à l'organisateur local à des tarifs préférentiels pour l'achat des tables et du matériel pédagogique adapté (swiss-ball, steps, robots, radars de vitesse, plots, cerceaux,…).
Elle met à disposition des supports visuels de décorum (bâches), et des goodies à donner aux participants.

L'organisateur est chargé quant à lui de mobiliser au minimum une quarantaine de bénévoles (selon le nombre d'univers mis en place).
En amont, il doit promouvoir l'opération en organisant des actions de proximité auprès de publics cibles et avec des supports de communication fournis par la FFTT (affiches, flyers, vidéo…).

La ville est chargée de mettre à disposition pour la journée la place ou une partie d'espace disponible (parc, espace sportif parking…) **au centre de la ville**.
Elle apporte le matériel lourd et le dispositif technique nécessaire (barrières vauban, scène centrale, câblages électriques, sono musicale et micro, toilettes chimiques…).

- ***Dispositif de niveau 3 – étapes régionales***

Nouveauté pour l'édition 2016, la possibilité pour les comités et ligues d'organiser des étapes régionales. Outre la gratuité des droits d'engagement, les organisateurs pouvaient profiter de nombreux avantages :

- Droit utilisation du nom « Ping Tour » et de son logo
- Mise à disposition des supports de communication nationaux (affiches, bannières)
- Visibilité renforcée des étapes dans le plan de communication national (site internet FFTT/Facebook)
- Envoi de 300 flyers par étape avec le bordereau des licences événementielles
- Possibilité de bénéficier des remises de nos partenaires techniques (-40% sur le matériel)
- Possibilité d'acheter à prix coutant les produits dérivés Ping Tour (goodies, tee-shirts, bâches, kakémonos…)
- Choix du nombre d'univers, du nombre de tables, de la date…

2/ MOYENS MOBILISES

A – Ressources Humaines

Personnes mobilisées au niveau national :

. Responsables du Ping Tour 2016 : Christian Rigaud et Emeline Bouré
. Coordonnateur national : Fabrice Tollet
. Responsable « promotion et communication » : Morgane Le Gall
. Responsable « logistique » : Emeline Bouré
. Responsable « animations » : Fabrice Tollet

. Service « communication » : Morgane Le Gall, Jérémy Vallée, Marion Foissotte et Emmanuel Simon.
. Speakers : Bruno Simon et Olivier Duroir
. Animateurs spécifiques Fit Ping Tonic : Bruno Parietti
. Animateur spécifique Ping Santé : Eric Labrune
. Animateur spécifique Handi : Philippe Durieux
. Animateur (espace démonstration) : Jacques Secrétin
. Joueurs et joueuses espace démonstration qui sont venus sur 1 étape : Quentin Robinot, Romain Lorentz, Laura Pfefer, Stéphanie Loeuillette, Pauline Chasselin, Lilian Bardet.

Pour les organisateurs locaux, 60 personnes minimum sont mobilisées sur chaque étape de niveau 1 et au minimum 30 personnes pour les étapes de niveau 2

B - Partenaires

Partenaire institutionnel national :

. Ministère de la ville, de la Jeunesse et des sports via la convention d'objectifs de la FFTT

Partenaires institutionnels locaux :

. Mairies des villes citées

. La plupart des conseils généraux et régionaux des territoires concernés

Partenaires matériel :

. Cornilleau (univers Techni'Ping, Handi'Ping, et 4/7 ans)

. Tibhar (univers Compet'Ping et démonstration)

Transporteur : Transeco

Agence de Presse : Blanco Negro

3/ DEMARCHE MENEE (PLANIFICATION / RETRO-PLANNING)

A - Phase de conception :

Septembre à Décembre 2015 : amélioration du concept Ping Tour

- choix de faire l'opération uniquement à l'extérieur dans un lieu emblématique du centre-ville et sur la période de mai à septembre
- choix de continuer les 2 niveaux d'animation (type 1 pour les villes de plus de 100.000 habitants et de type 2 pour les autres) et mise en place d'un niveau 3
- réalisation d'un appel d'offre pour les fournisseurs
- modification du cahier des charges pour des organisateurs locaux

B - Phase de mobilisation :

Novembre à février 2016 : mobilisation des acteurs (organisateurs, collectivités, partenaires…)

- présentation officielle du Ping Tour 2016
- présentation de la tournée à des partenaires privés (fournisseurs de matériel et transporteur) et aux villes intéressées
- choix des partenaires fournisseurs de matériel pour chaque univers (Cornilleau, Tibhar) et transporteur (Transeco)
- arrêt des villes et organisateurs locaux candidats répondant au cahier des charges

C - Phase d'activation et d'accompagnement

Mars à Juin 2016 : réalisation des supports d'accompagnement

- choix du prestataire pour la création des flyers (avec une fiche d'identification) et affiches personnalisables (Illustra Sport)
- diffusion d'un guide pratique et vidéos pour l'animation des étapes

19 Mars 2016 : Réunion au siège de la Fédération avec tous les organisateurs

Mars à juin 2016 : Activation

- visites des sites et organisations, et formation des animateurs
- visites dans toutes les villes pour la vérification du cahier des charges, donner des pistes, des idées et des solutions ainsi que pour former les animateurs.

Avril à Juin 2016 : préparation et organisation des plans logistique et médias

- Réception du matériel et aménagement sur palettes du semi-remorque pour la livraison du matériel sur les étapes de niveau 1
- Gestion des livraisons de matériel par les partenaires pour les étapes de niveau 2
- Rédaction de communiqués de presse (j-5 ou Jour J), mise en place du site Internet www.pingtour.fr

E - Phase de réalisation et de concrétisation

Du 21 mai au 24 septembre: mise en œuvre des étapes du Ping Tour 2016

II – BILAN GENERAL DU PING TOUR 2016

1/ BILAN QUANTITATIF : QUELQUES CHIFFRES…

-18 000 personnes visiteuses en niveau 1, 7 600 en niveau 2, 4 600 en niveau 3 soit un total de 30 200 visiteurs.

- 2 050 licences événementielles réalisées (personnes accueillies dans les univers) en niveau 1, 1900 en niveau 2, 1 400 en niveau 3 soit un total de 5 350 licences événementielles.

- 880 bénévoles mobilisés sur l'ensemble des étapes de la tournée Ping Tour.

- Pourcentage de féminines : 34% à comparer aux 17% de licenciés féminines à la FFTT !

3 étapes de niveau 1 dont certaines **dans des lieux emblématiques et prestigieux**

Dates	Etapes	Lieux	Infrastructure d'accueil	Météo	Licences E /Affluences
1 et 2-juin	**MARSEILLE**	Vieux Port	Place extérieure	Très Beau	600 / 7000
18-juin	**BOURGES**	Cathédrale	Place extérieure	Beau	450 / 3000
10-sept	**CLERMONT-FERRAND**	Place de Jaude	Place extérieure	Très beau	1000 / 8000

9 étapes de Niveau 2 :

Dates	Etapes	Lieux	Infrastructure d'accueil
Mai à Octobre	**Marseille**	Différents lieux	Extérieur
5 Juin	**St Cyr Sur Loire**	Complexe sportif Guy Drut	Stade
18 Juin	**IGNY**		
6 au 17 Juillet	**PARTHENAY**	Place du Drapeau	Place extérieure
14 Juillet	**MANOSQUE**	Plan d'eau des vanades	extérieur
23 Août	**VAL THORENS**		intérieur
3-4 septembre	**CORBEIL ESSONNES**	Palais des sports	extérieur
28 septembre	**BEZIERS**	Allée Paul Riquet	extérieur
24 Septembre	**JOUE-LES-TOURS**	Place François Mitterrand	Place extérieure

- 15 étapes de Niveau 3 :

Dates	Etapes
5 Mai	**OUISTREHAM**
28 Mai	**ANET**
4 Juin	**POITIERS**
4 Juin	**FLERS**
11 Juin	**ORGERES EN BEAUCE**
18 Juin	**SARRE-UNION**
23 Juin	**CAEN**
26 Juin	**CORMELLES-LE-ROYAL**
2 Juillet	**SAINT-LOUIS**
2 Juillet	**LA LOUPE**
18 Août	**JONZAC**
Septembre	**MONDEVILLE**
Septembre	**LA FERTE-MACE**
4 Septembre	**HOCHFELDEN**
24 Septembre	**SELESTAT**

. **25.000 goodies distribués aux participants**
. 50 000 flyers distribués

Les étapes avaient la possibilité de personnaliser leurs affiches et flyers (date, lieu, et partenaires locaux) et d'en imprimer des exemplaires supplémentaires au format souhaité.
L'affiche pouvait être diffusée sur de nombreux supports (site internet, panneaux d'affichage, journal de la ville,…).

Visibilité médias « Presse »
De nombreux articles référencés dans la presse régionale dont au minimum un article à chaque étape de niveau 1.

Visibilité médias « Web »

Un site Internet dédié à la tournée www.pingtour.fr, avec les photos et vidéos.

Une page Facebook dédiée et personnalisée par chacun des organisateurs

- Plus de 1000 fans de la page

Et de nombreux liens internet d'information référencés sur des sites extérieurs pour la promotion de la tournée (médias, partenaires, municipalités, pongistes locaux, organisateurs locaux…)

2/ BILAN QUALITATIF

. Le caractère national de tournée, la FFTT se déplace partout :

. Des dates plus adaptées cette année (Mai à Septembre) à la promotion de l'activité tennis de table pour une inscription dans un club dans un lieu passant et emblématique des villes, à l'extérieur (météo, tombée de nuit plus tardive), proche du lieu d'habitation du public (en dehors des touristes).

. Un créneau horaire mieux adapté à la présence du public (10h30-18h30)

. Le choix de la plupart des emplacements stratégiques centraux et emblématiques (places, parcs…) pour avoir de la visibilité et drainer du monde.

. Le décorum et le dispositif adaptables « Ping Tour » pour habiller les sites (arche d'entrée, bâches

Pourcentage de participation (base retours flyers) :					
FREE PING	FIT PING TONIC / PING SANTE	4 / 7 ANS	HANDI PING	TECHNI PING	COMPET PING
40%	50%	50%	40%	50%	30%

de couleur différentes par univers, oriflammes par univers, FFTTT…). Cette année nous avons investi dans une seconde arche et avons renouvelé une partie de nos bâches.

. Les 3 étapes de niveau 1 ont pu bénéficier d'un temps clément voir très chaud (Marseille).

. Une image toujours aussi positive et moderne de l'activité (sport fun, jeune, et ludique) auprès du grand public.

. L'utilisation du terme « ping » : terme plus générique, porteur, et englobant pour la discipline que ping-pong ou tennis de table

. Une **image dynamique et porteuse de la fédération** auprès des pratiquants occasionnels et des licenciés (fierté d'appartenance et mise en avant de la discipline aux autres : « le ping se montre » !)

. **Une ouverture vers l'extérieur et une évolution de l'approche de la discipline** – le ping se joue aussi dehors, sur une place, dans un centre-ville (dans des lieux publics) en dehors d'une salle et dans un cadre non compétitif.

. Le renforcement de la valeur marketing « sport populaire » (public familial, de tout âge, de tout milieu social…)

. Le soutien et le réseau développé par la FFTT, ligues, comités, et clubs avec les décideurs et représentants collectivités locales (Maires, Adjoints aux sports, Directeurs des sports,…).

. Les reportages TV, radios et presses ainsi que les campagnes d'affichage dans les villes (voir plus haut).

. Le niveau et la qualité des partenariats développés : Cornilleau (3 univers), Tibhar, et Transeco.