

PROJET TLM VOLLEY

AMBITION

★★ 2025 ★★



***Agir tous ensemble pour le rayonnement
du Volley et faire vibrer la vie Locale***



SOMMAIRE

1. Avants propos
Le mot du Président
2. Le TLM Volley en 2020-2021
Etat des lieux
3. Les ambitions 2025
Objectifs
4. Le point RSE
5. Développer l'esprit de performance, d'adhésion, de fidélité et d'appartenance
6. Passer d'une logique «sportive» à une logique «évènementielle»

AMBITION 
★★ 2025 ★★



1. Avants propos

Le mot du Président

«L'ambition du TLM Volley se caractérise par la volonté de bâtir un Club durablement installé au niveau Européen. Même si cette saison, la crise sanitaire du COVID 19 nous a conduit à gérer de nombreuses difficultés, elle a été l'opportunité pour nous d'innover dans nos relations avec nos partenaires et notre public mais aussi de développer de nombreux projets qui mettent la RSE au cœur de notre stratégie. Ce document traduit de façon concrète et par les actes l'excellence que nous développons à tous les niveaux du Club.»

Pascal Lahousse, Président du TLM

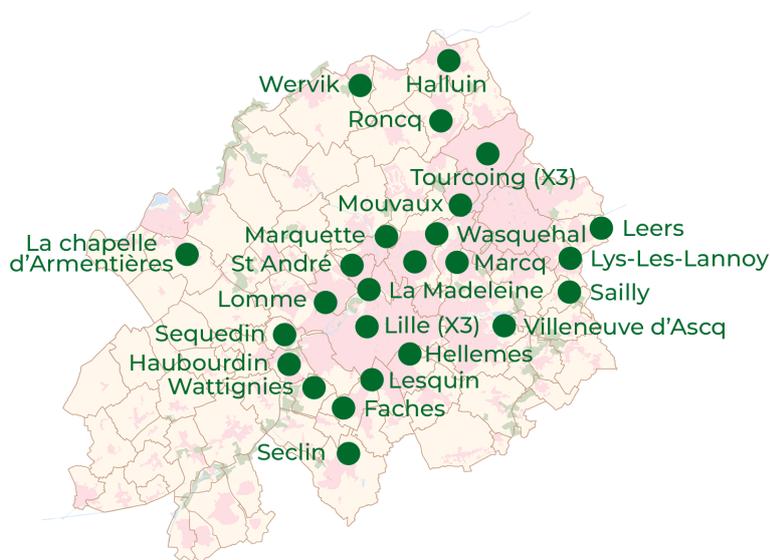


2. Le TLM Volley en 2020-2021 : Etat des lieux



400 000 habitants
dans un rayon de 10km

CLUBS DE VOLLEY DANS LA MÉTROPOLE



LES GRANDES VILLES DE LA MÉTROPOLE

1. LILLE
231 000 HABITANTS
2. TOURCOING
97 000 HABITANTS
3. ROUBAIX
95 000 HABITANTS
4. VILLENEUVE D'ASCQ
66 000 HABITANTS
5. WATTRELOS
41 000 HABITANTS
6. MARCQ EN BAROEUL
39 000 HABITANTS
7. LAMBERSART
28 000 HABITANTS
8. LA MADELEINE
22 000 HABITANTS

CLUBS PROFESSIONNELS DANS LA MÉTROPOLE



CLUBS DE HAUT NIVEAU DANS LA MÉTROPOLE



Tourcoing

4 805 ENTREPRISES **28 700** EMPLOYÉS

3861 ENTREPRISES
DU SECTEUR TERTIAIRE

652 ENTREPRISES
DANS LE BATIMENT

281 ENTREPRISES
DANS L'INDUSTRIE

83 ÉCOLES **10** COLLÈGES **8** LYCÉES

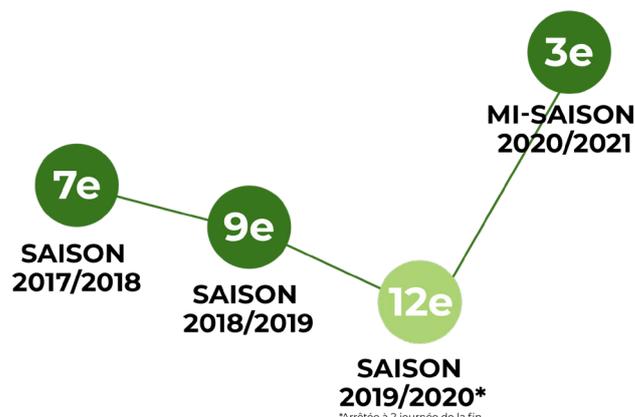
15 SALLES **9** COMPLEXES **5** STADES

2 CINÉMAS **5** THÉÂTRES **3** MUSÉES

Son bilan sportif

Le Tourcoing Lille Metropole a fêté en Mars dernier les 25 ans de la création de sa Société Sportive Professionnelle la SAEMS TLM Volley, depuis l'équipe professionnelle évolue au plus haut niveau du volley français.

Après un court passage en Ligue BM entre 2014 et 2017, le TLM a depuis retrouvé la Ligue AM et a remporté la Coupe de France 2018.



Aujourd'hui notre Equipe est stabilisée en Ligue AM et joue les premiers rôles dans cette saison 2020/2021 avec comme objectif sportif principal : la qualification en Play-off.

En parallèle, le TLM a rapidement orienté sa politique sportive autour de son Centre de Formation (CFC) créé et labélisé en 2010, il accueille aujourd'hui 7 joueurs à fort potentiel dont 3 sont sélectionnés en Equipe de France jeune et 1 issu de notre formation régionale.





Guillaume RECURT
Statisticien / Entraîneur
Equipe de **France U18**

Mauricio PAES
8 titres de Champion
de France

Lucas MULLER
Preparateur physique
Sélection du Brésil

En 2020, le TLM s'est engagé avec Mauricio PAES, entraîneur Franco-brésilien particulièrement expérimenté qui compte 8 titres de Champion de France, 3 Coupes de France et 1 titre de Champion du Japon entre autre. Il a accepté de rejoindre notre projet et participer au développement de notre Club

Le TLM Volley , c'est aussi une association sportive qui regroupe de nombreux licenciés et équipes :

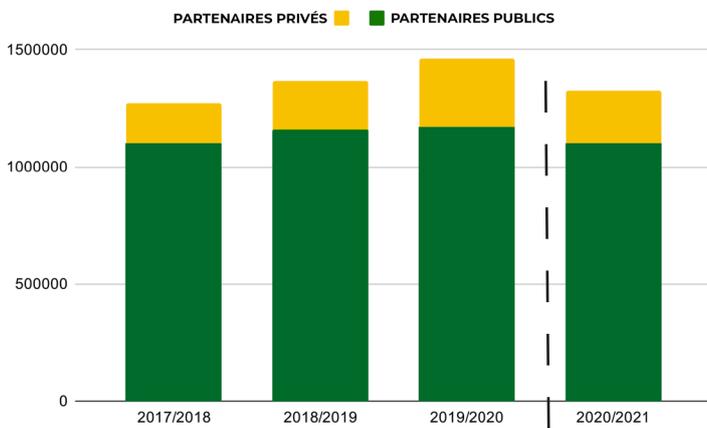
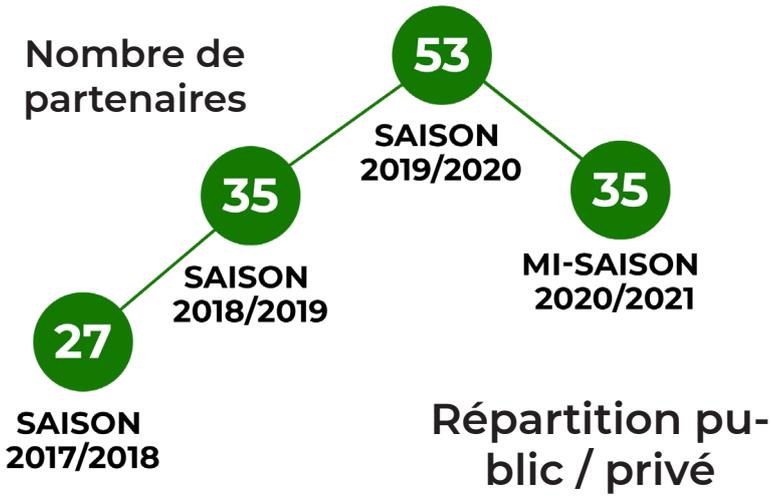


Bilan économique

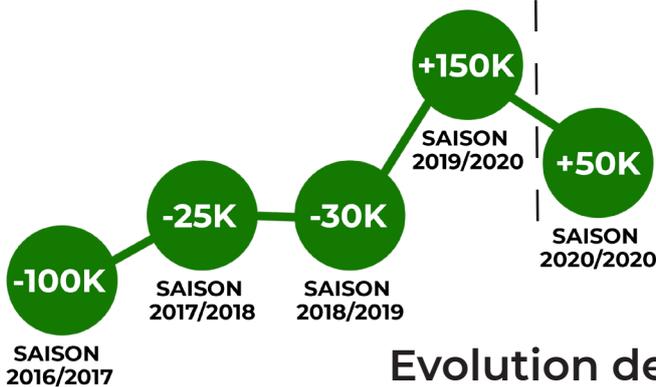
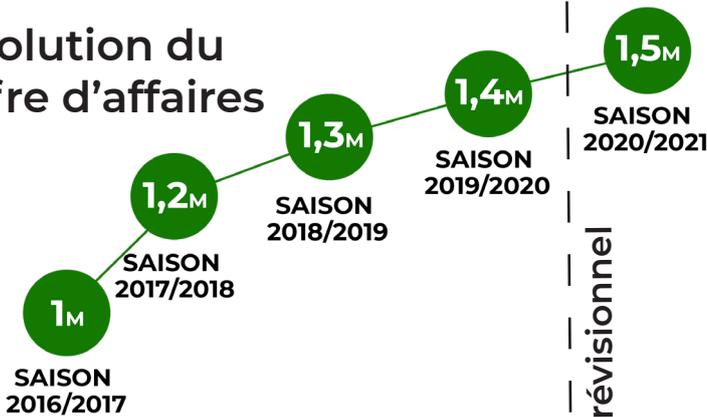
Les partenaires :

Créé en juin 2017, le club 200 est le business club du TLM. Animé et géré par un comité composé de bénévoles, des partenaires et le staff administratif du TLM. Aujourd'hui, nous comptons 35 partenaires engagés qui participent au rayonnement et à la vie du club. Ils sont présents avant tout pour l'amour du sport et pour partager des moments conviviaux, tout en créant des échanges commerciaux. Avec une politique d'offre partenaire moderne et innovante, en plus des espaces VIP, nous leurs proposons diverses prestations événementielles dans l'année : After-work, Mardi' Transpi', Séminaires...

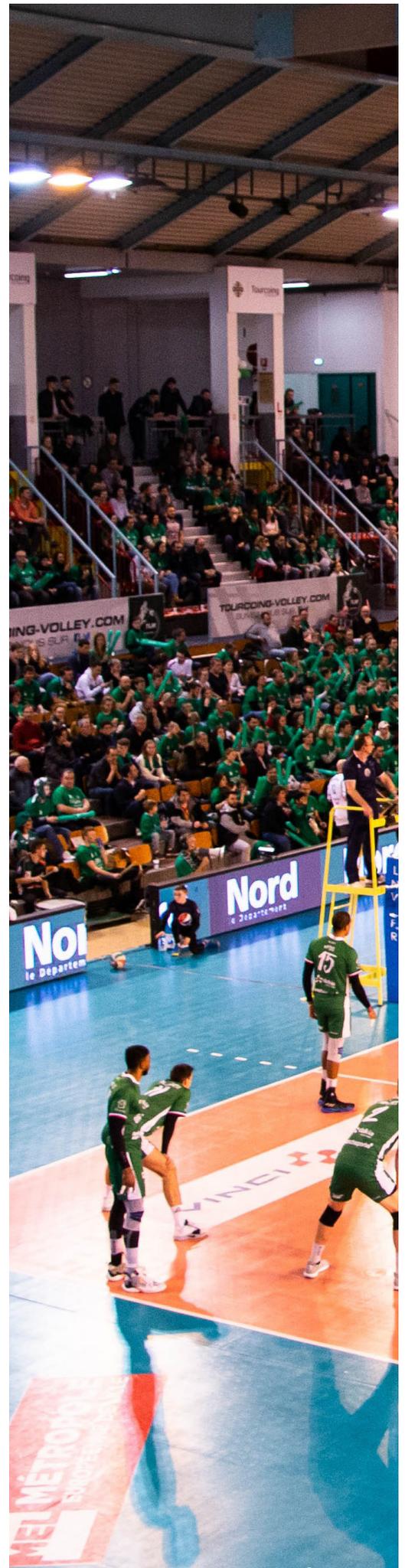
Bien entendu, la Covid-19 a bouleversé ce schéma. Le TLM a tenté d'innover avec de nouvelles actions.



Evolution du chiffre d'affaires



Prévisionnel





Bilan social :

Il est une mission pour le TLM de montrer l'exemplarité en développant les liens sociaux au travers de la pratique sportive et/ou la participation aux événements. Pour ce faire, nos équipes se déplacent dans la ville, invitent différents publics et entrent en convention avec des organismes sociaux.

Depuis de nombreuses années, le TLM propose des initiations/formations aux écoles primaires de la ville. Dans un premier temps, il s'agissait de former les jeunes des écoles privées de Tourcoing mais depuis maintenant deux saisons et grâce aux contacts privilégiés avec les conseillers pédagogiques de la municipalité, les écoles publiques bénéficient de nos interventions. Chaque année plus de 600 jeunes suivent ces initiations dispensées par 4 éducateurs diplômés.

Dans cette continuité, nous développons notre présence dans les quartiers défavorisés de notre ville. Développer la pratique, accroître la notoriété tout en offrant les valeurs d'exemplarité à ses jeunes devient un objectif croisé entre l'association et l'entreprise TLM.

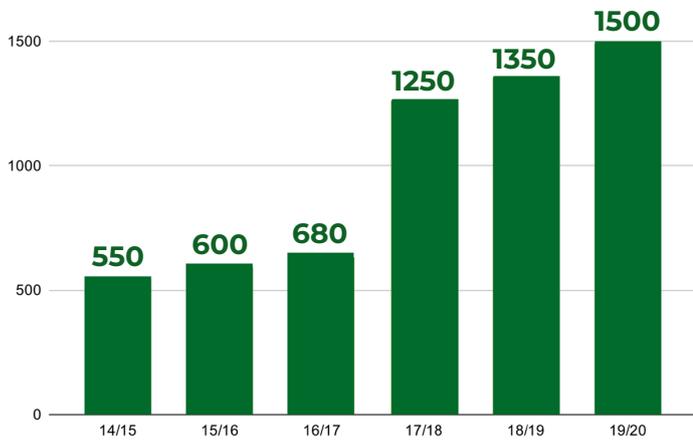
Des partenariats grandissants sont développés avec les structures sociales de Tourcoing, à l'instar d'Home des Flandres, Emmaus, nous essayons de mettre la personne au cœur de la vie du club.



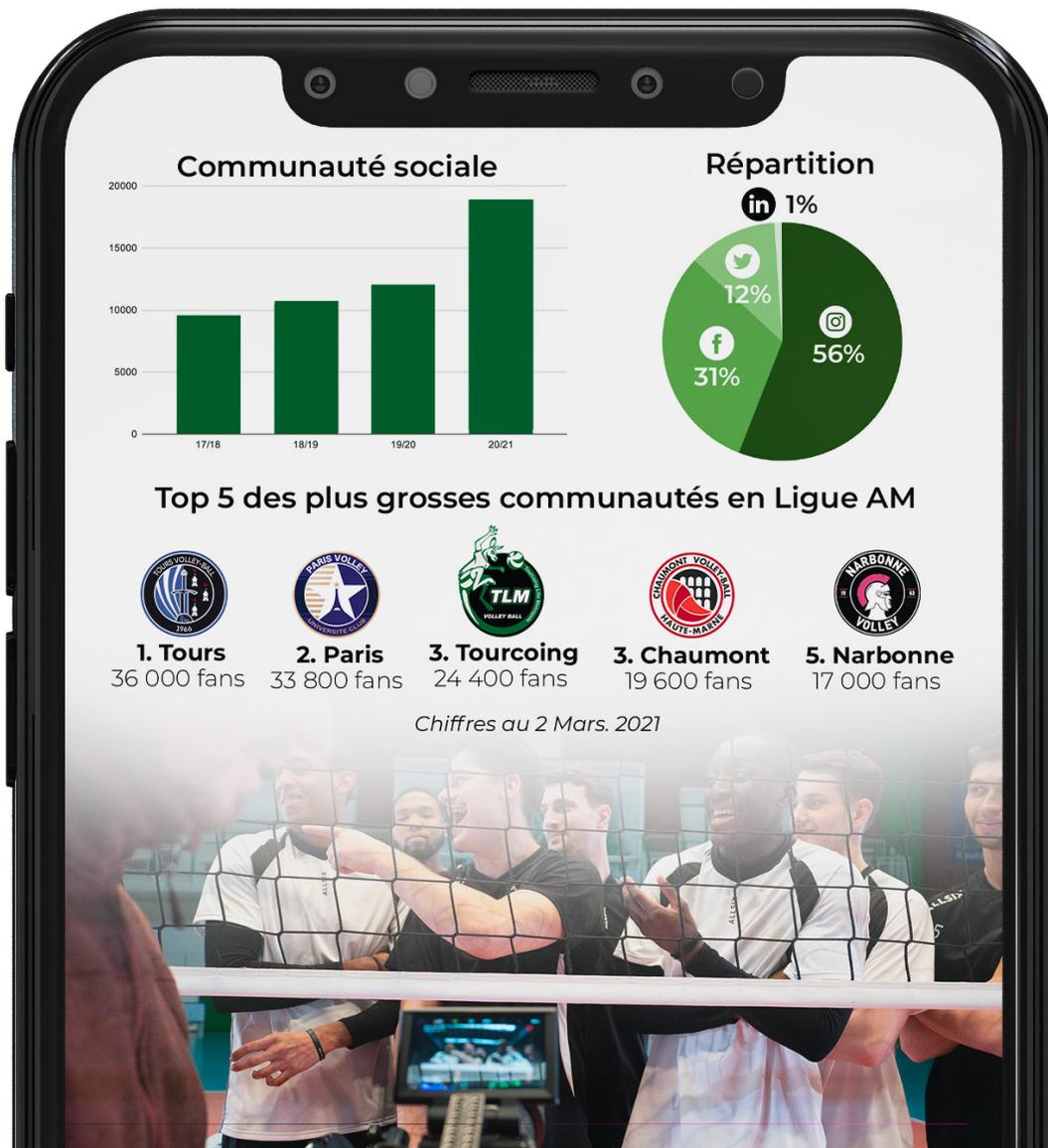
Bilan Communauté

Historiquement le TLM a une communauté impactante avec des fans fidèles et un club de supporters soudé. Aujourd'hui le TLM touche de plus en plus un autre type de cible, plus axé vers l'expérience spectacle et tient à ce jour ses records d'affluence moyenne. (Hors Covid-19)

Affluence moyenne



Le TLM figure aujourd'hui comme l'un des clubs qui génère le plus d'interactions sur les réseaux sociaux. Les communautés sociales TLM sont en croissante évolution :





Bilan innovations :

Dans cette période d'incertitude, se réinventer, innover devient une obligation pour les clubs. Le public n'ayant pour le moment plus sa place dans nos salles il faut trouver un moyen de continuer à faire vivre la relation entre le TLM et ses suiveurs (supporters, partenaires, bénévoles, licenciés...)

Pour cela et depuis le mois de Novembre le club finance un nouveau projet majeur : la captation vidéo.

- Emissions d'avant match : 45mn en direct sur Facebook avant chaque rencontre à domicile avec incrustations de visuels, développement de sujets inside, mise en valeur des clubs amateurs, découverte détaillée des règles du volley...
- Captations de matchs sur la LNVTv : 4 caméras, un réalisateur, des publicités...

Ainsi que pour nos partenaires :

- Afterworks ou petits déjeuners numériques en visio.
- Solutions pour revivre les conditions de matchs à distance (tenues du TLM, offres de dégustation...)

L'objectif reste de garder contact avec nos publics pour mieux les retrouver dès que la situation sanitaire le permettra.

Le TLM s'est également développé dans l'organisation structurée avec le lancement et développement de plateformes collaboratives de travail comme Teams, Sharepoint... dans l'objectif de faciliter et optimiser les relations de travail.

3. Les Ambitions 2025 :

Sens du TLM Volley :

« Agir tous ensemble pour le rayonnement du Volley et faire vibrer la vie Locale. »

Avec pour valeurs :

L'ambition, l'engagement, la bienveillance.

Et pour ambitions en 2025 :

Participer à la **Ligue des Champions**
3 joueurs de la formation dans l'effectif
2500 spectateurs, **500** abonnés
300 licenciés

 **100** bénévoles
 **200** partenaires
 **2,5M€** de budget
 **3** joueurs issus du TLM
 en **Equipes de France**

AMBITION 
 ★★ 2025 ★★



France

faire vibrer la vie

4. Projet RSE :

A travers ce nouveau projet, le TLM souhaite mettre en place un vrai programme RSE s'appuyant sur 4 piliers forts :

A. L'écologie :

Sensibiliser l'ensemble des parties prenantes du club autour de l'enjeu écologique et l'exprimer de façon concrète à travers la mise en place d'opérations telles que :

- L'utilisation d'éco cup dans nos buvettes grand public.
- La mise en place de fontaine à eaux et la distribution de gourde à l'ensemble des licenciés du club.
- La récolte des anciennes tenues du club pour des associations partenaires.

B. Le sport santé :

La pratique sportive pour tous et la lutte contre la sédentarité sont au cœur de notre projet en collaboration avec notre association-support :

- Le développement de notre secteur Volley-assis ainsi que le volley fauteuil.
- L'opération Mardi' Transpi qui permet aux collaborateurs de nos entreprises partenaires de pratiquer le Volley aux côtés de nos joueurs pros.

C. L'inclusion sociale :

Le sport est un excellent facteur d'insertion et nous permet de mobiliser une large communauté autour de ces valeurs. Pour cela, en partenariat avec la société Vilogia, important bailleur social de notre territoire, nous lançons l'opération Urban Volley afin de faire découvrir les valeurs et les bienfaits du sport aux jeunes Métropolitains.

D. Le territoire :

En tant qu'acteur local, le TLM se doit de renforcer son lien avec son territoire en collaborant avec l'ensemble des acteurs présent.

- Le projet volley à l'école.
- Des partenariats forts avec des associations telles que Emmaus, Home de Flandres.
- La présence du TLM au sein des réseaux d'entreprises de la Ville.
- Sauvegarde du patrimoine local en aménageant un bien historique de la ville en logement collectif pour nos joueurs.



5. Développer l'esprit de performance, d'adhésion, de fidélité et d'appartenance

A. Le sportif :

Le TLM souhaite continuer de structurer sa politique sportive afin d'atteindre nos objectifs ambitieux sur la société professionnelle ainsi que pour l'Association-support :

- Avoir une stratégie de formation qui permette à chacun d'être au maximum de son potentiel.
- Avoir une continuité dans la formation et dans l'évolution. (pro dès le départ)
- Former et conserver les jeunes dans l'équipe Pro.
- Être une référence dans la formation Régionale et Nationale.
- Accentuer les moyens liés à notre Centre de Formation afin de recruter plus de joueurs profil CFC.

B. Les licenciés :

Le recrutement, la fidélisation et l'animation de nos licenciés seront un enjeu majeur dans ce nouveau projet:

- Politique d'accueil.
- Augmenter le nombre de licenciés dans chaque catégorie.
- Avoir chaque action labellisée et suivie avec la FFV.
- Développer la filière féminine.
- S'investir dans le volley à l'école.
- S'investir dans le volley santé.



C. Les partenaires

Le développement économique du club sera en grande partie liée à l'augmentation du nombre de partenaires privés à travers une politique commerciale innovante.

- Augmenter le nombre de partenaires dans chaque canal, par segment de marché (A/B/C/D).
- Fidéliser les partenaires (enquête de satisfaction, animations, contrats pluriannuels, business, réseau...)
- Les rendre acteurs et responsables au sein du club partenaires.
- Élargir nos offres de services, pour une expérience unique.
- Être présent dans l'ensemble des réseaux d'entreprises locaux existants.
- Parcours VIP lors des matches.



D. Le grand public

L'un des enjeux de ce projet reste notre capacité à remplir et exploiter le nouvel équipement sportif qui nous sera livré en Septembre 2024 et particulièrement le remplissage de notre salle et le développement de nos recettes billetterie.

- Développer l'expérience client (avant match, sport spectacle, participation public...)
- Attirer un public autre que les volleyeurs.
- Capter un plus grand nombre. (Tourquennois, Région)
- Développement d'un club de supporters.
- Politique commerciale et d'offres. (billetterie, abonnements...)
- Offrir des événements interactifs en dehors des matchs. (urban volley, beach volley, ...)

E. Les bénévoles

Le TLM a toujours pu compter sur un important réseau et nous souhaitons continuer d'animer cette communauté indispensable au bon fonctionnement du club

- Entretenir l'engagement et la passion pour le Club.
- Attirer des compétences et de l'efficacité.
- Les responsabiliser au sein du club.





6. Passer d'une logique «sportive» à une logique «évènementielle»

L'un des plus importants challenge de ce projet sera de réussir ce changement de logique qui est induit par la livraison d'un nouvel équipement parfaitement adapté pour transformer nos rencontres de LAM en spectacle sportif de haut-niveau.

A. Organisation :

Notre structuration interne sera profondément modifiée et ajustée afin d'atteindre ces objectifs.

- Identifier les points de développement principaux.
- Structurer les fonctions sportives et administratives.

B. Développement

Cette nouvelle dimension du sport spectacle va nous obliger à développer de nouvelles compétences et à augmenter nos effectifs extra-sportif.

- Identifier et recruter les compétences nécessaires.
- Investir dans les moyens techniques. (outil de gestion, sportif, communication)
- Développer nos moyens liés à la gestion de la billetterie.

C. Fidélisation

A l'image de nos concurrents du monde du spectacle, nous allons devoir porter une forte attention à la fidélisation de nos différents clients.

- Mettre en place des programmes de conquête et fidélisation multicanaux. (digital/physique)
- Utiliser le CRM dans le processus de développement du public et des partenaires.
- Redéfinir une Politique d'abonnements.





D. Valorisation

Il nous faudra valoriser et mettre en valeur l'ensemble des opérations menées par le Club.

- Mettre en place des programmes de conquête et fidélisation multicanaux. (CRM)
- Définir le programme complet de communication selon nos différentes cibles. (abonnés, partenaires, sportifs)

E. Transformation

Le passage de la logique sportive à la logique spectacle nous demande une réelle transformation interne.

- Créer des spectacles hors volley pendant les matches.
- Insérer le Digital pendant les matches de volley.
- Préparer l'exploitation de notre nouvel équipement. (technologie, animation)

F. Innovation

Nous souhaitons mettre l'innovation au cœur de notre projet.

- Enrichir nos offres partenaires.
- transformer la relation entre les Clubs de Volley pour développer le Volley sur la région.
- Mutualiser les services marketing et commerciaux avec les Club Pro de la région.

G. Communication

Continuer le travail de communication mis en place depuis plusieurs mois tout en professionnalisant la démarche.

- Développer une stratégie de communication interne et externe.
- Avoir une communication avec des objectifs clairs.
- Identifier les canaux de communication les plus adaptés.
- Développer à travers cette communication notre notoriété (locale, régionale, nationale et internationale)

AMBITION

★★ 2025 ★★



TOURCOING-VOLLEY.COM

  TLMVolley  TLMVolleyball

 Tourcoing Lille Métropole **Volley-Ball**

***Agir tous ensemble pour
le rayonnement
du Volley et faire vibrer
la vie Locale***

S.A.E.M.S Tourcoing Volley-Ball Lille Métropole
Complexe Léo Lagrange - Rue des Anges - 59200 Tourcoing