



RAPPORT 2012/2013 RESSORT MARKETING

Avant de revenir sur quelques moments importants de l'année écoulée, il me semble opportun de mettre à nouveau en exergue les objectifs que le Comité central (CC), par son ressort Marketing, veut atteindre :

- Améliorer les bases nécessaires au développement du jeu d'échecs en Suisse.
- Soutenir les associations, écoles, maisons de retraite, autorités, personnes individuelles, etc... pour la création de communautés de jeu, de groupes de jeunes, de camps de vacances, de cours, d'événements, de tournois, par le conseil et par la mise à disposition de matériel à louer et de supports de cours.
- Soutenir les initiatives provenant du monde culturel, du sport, du social pour autant que ces dernières encouragent la pratique des échecs.
- Rechercher et développer des synergies de développement des échecs dans les milieux politiques, auprès de donateurs, de fondations, du monde de l'économie, de boutiques de matériel d'échecs, etc...
- Soutenir financièrement les initiatives venant de sociétés selon le critère coûts/utilité.
- Distribuer des prix de reconnaissance pour des manifestations particulièrement réussies dans le domaine des échecs populaires.

La grande question qui revient régulièrement sur la table du CC est de comprendre pourquoi le nombre de membres diminue chaque année et quelles actions sont à conduire pour motiver les membres à le rester, pousser les clubs à inscrire tous leurs joueurs et à rendre les activités et tournois organisés par la Fédération suisse d'échecs (FSE) suffisamment attrayants pour qu'un maximum de joueurs deviennent membres.

Comment, compte tenu de la concurrence terrible des nouvelles technologies qui offrent des perspectives sans limites, 24 heures sur 24 sur la « toile », développer des stratégies de communication pour faire connaître le jeu et attirer les personnes à le pratiquer dans des clubs d'échecs et rejoindre ainsi FSE ?

Comment motiver ces passionnés à participer aux compétitions individuelles et par équipes organisées par la FSE, compétitions qui exigent souvent d'y consacrer une partie de leur précieux temps ?

Voilà deux questions que nous nous sommes posées lors de l'exercice 12-13 et qui nous ont accompagnées encore en 13-14. Elles se doivent de trouver des réponses sans quoi l'avenir de la FSE pourrait devenir inquiétant.

Pour cela, dans une communication forte, voire agressive, les caractéristiques spécifiques du jeu d'échecs doivent être mises en évidence : confrontation sportive, saine entre personnes et équipes, possibilités de développer des relations durables, développement sain des



compétences intellectuelles, stratégiques et d'anticipation des jeunes en formation, maintien d'une qualité de vie des seniors par une activité intellectuelle constante et renforcement du lien social car le jeu est pratiqué par des personnes de tous âges et de toutes conditions.

Comme la FSE fêtera en 2014 ses 125 ans, le CC a décidé de lancer une campagne de relations publiques (RP) au niveau national en s'appuyant sur les compétences de Monika Sepe pour réaliser la stratégie-FSE. Ce travail conséquent a débouché sur toute une série de mesures qui touchent tous les ressorts et plus particulièrement celui du marketing.

Ainsi, la visibilité de la FSE sera renforcée. Les membres actuels et futurs ainsi que les partenaires pourront mieux connaître les prestations que fournit la FSE.

Le public-cible de cette campagne a été clairement défini. Il s'est agi des joueurs d'échecs non membres d'un club et de la FSE afin de les attirer vers un club et ainsi la FSE et les membres de la FSE qui ne connaissent que partiellement la FSE et ses nombreuses prestations.

De plus, nous avons également profité du 125^e de la FSE pour motiver les clubs à réaliser des actions de promotion du jeu. Une vingtaine de projets sont parvenus sur la table du CC et la plupart seront mis en œuvre d'ici la fin 2014.

Les objectifs fixés pour l'année écoulée, à savoir :

1. Relancer le site *www.schach.ch* avec des informations susceptibles de contribuer à atteindre les objectifs du ressort.
2. Réaliser la campagne-RP et trouver d'autres moyens, avec les membres du CC, pour mettre en valeur les 125 ans de la FSE.
3. Créer une commission « marketing » qui couvre l'ensemble des régions linguistiques pour travailler avec la plus grande proximité possible.
4. Soutenir les clubs dans leurs engagements en faveur du jeu d'échecs.

ont été atteints à part la création de la commission « marketing » qui devrait voir le jour sur la base de la stratégie-FSE 2014

Pour le nouvel exercice, il est prévu de :

1. Traduire le site *www.schach.ch* français et en italien.
2. Mettre en œuvre les propositions intéressantes, percutantes et variées de Monika Sepe.
3. Solliciter au maximum les médias et des sponsors potentiels à l'occasion du 125^e de la FSE
4. Renforcer les relations avec les fédérations régionales.

Eddy Beney
Responsable du marketing au sein de la FSE