PROJET PARTENARIAL DEVELOPATHLON

En 2008, le Rollnet a été élu produit le plus vendu de l'année par la Société Décathlon.
Un magnifique clip a été produit pour mettre en relief ce produit, mettant en scène Armand Phung et Liu Song avec Frédéric Fouchard comme arbitre, à travers différents lieux de la capitale parisienne.

En 2009, j'ai créé l'ingénierie de formation du DEJEPS pour l'Institut de Formation du Languedoc-Roussillon à la demande du Président de la Ligue, le projet ayant été déposé auprès du Directeur Technique National de l'époque, Michel Gadal qui l'a adopté et fait valider par la Fédération.

En cette période de transition entre Brevets d'Etat d'Educateurs Sportifs et Diplômes d'Etat (JEPS) nouvellement créés, il nous fallait donc pour être crédibles, trouver sur la région, une dizaine de candidats embauchés en alternance par des clubs locaux.
Le projet financier adopté, des dossiers ont été présentés auprès d'AGEFOS pour des aides substantielles. L'objectif n'était toutefois pas que les candidats recrutés ne puissent être pérennisés dans leurs emplois !
C'est pourquoi j'ai eu l'idée de m'adresser à la société Décathlon et aux magasins situés à Montpellier et à Nîmes, les plus importants de la région.
L'objectif était de négocier une option d'alternance en entreprise à la fin de leur cursus, aux employés des clubs languedociens, sachant que ceux-ci n'allaient pas tous pouvoir pérenniser l'emploi initial. Devenir à temps partiel, des vendeurs/conseillers en sports de raquette pour Décathlon, constituait un argument intéressant mais insuffisant.

Sachant très bien qu'il fallait offrir une perspective gagnant-gagnant envers une enseigne dont la réputation n'est plus à faire, alors que nous ne représentions pas grand-chose à leurs yeux… je décidais alors de m'attaquer alors à la sphère nationale, par l'entremise d'un ancien responsable national des sports de raquette de la firme, pongiste de base de ma connaissance.
J'obtins ainsi un rendez-vous avec le nouveau responsable Décathlon, accompagné du Directeur des produits Artengo (avec qui j'ai conservé des contacts amicaux).

Bien entendu, j'avais peaufiné mon argumentaire bien au-delà du simple fait de négocier des stages en entreprise aux DEJEPS de Montpellier.
Il me semblait que ma fédération, pour laquelle je travaillais, avait tout intérêt à développer ses contacts avec le monde extérieur, soit les quelques millions de pratiquants acheteurs de tables pour leurs loisirs.
Par ailleurs, Décathlon avait également un intérêt commercial évident à s'implanter dans la sphère fédérale des clubs et adhérents pongistes afin d'accroître son rayon de chalandise.
Le gagnant-gagnant était trouvé… il ne s'agissait plus que de le mettre en musique, c'est-à-dire de persuader les uns et les autres du bien fondé d'un rapprochement obligatoire.
Plus facile à dire qu'à faire ?

C'est effectivement la leçon que j'ai pu retenir de nombreux mois de travail acharné, qui après beaucoup d'espoirs, se sont soldés par une grosse déception ainsi qu'une décrédibilisation vis-à-vis de Décathlon et Artengo.

Je retrace ici tout simplement le parcours initiatique d'un cadre technique, armé d'une conviction à toute épreuve que l'idée qu'il a, ne peut qu'aboutir dans l'intérêt de toutes les parties !

Mais ni le Président de la Fédération de l'époque, ni son Vice-Président en charge du Développement, ni le Directeur de l'Institut Emploi-Formation, malgré leur engagement et enthousiasme, n'ont été en capacité de faire valoir de façon suffisante, au Comité Directeur de l'époque, tous les avantages à retirer d'une telle coopération commerciale, rangée au rang des accessoires en face de l'artillerie « lourde » déployée par un partenaire préférentiel de la Fédération et de ses représentants.

Les quelques réunions tenues au siège de la Fédération, pour lesquelles les responsables d'Artengo et Décathlon avaient accepté de faire le déplacement depuis leur siège de Lille, n'ont finalement servi à rien, malgré l'accord que chacun trouvait à son avantage.
Que dire de plus ?
Rendre hommage aux responsables de ces sociétés puisque, pour terminer sur une note positive, cela n'a pas empêché l'établissement de conventions de stages en alternance pour quelques DEJEPS sur les magasins de Montpellier et Nîmes, grâce à leur soutien auprès des Directeurs de ces magasins.
Le second point positif pour nombre de clubs ou comités en France, a consisté en un rapprochement avec les magasins locaux, en raison des consignes et matériaux de communication en provenance de la direction centrale de Lille.
Cela a souvent permis d'établir des conventions locales de partenariat qui n'existaient pas ou peu auparavant.

Vous trouverez dans la suite des documents présentés dans ce dossier malheureux, les prémices d'un projet qui aurait pu constituer une grande envolée vers un objectif de 500.000 licenciés pour notre Fédération Française… il y a maintenant plus de 10 ans de cela !