

Swiss Sailing 2018-2020

Document de base du Comité Central sur la stratégie, le credo et les valeurs

Etat mars 2018

Objectif du document

Avant l'élection, les membres du Comité Central se sont engagés à définir une stratégie claire, à construire une base financière solide et, surtout, à faire preuve de transparence. Ce document a été préparé au cours de deux journées de séminaire (août 2017, février 2018). Dans l'esprit de la transparence promise, nous communiquons ce que nous faisons, comment nous le faisons et pourquoi nous le faisons.

Le document repose sur la structure suivante :

- Le **credo** (mission), que nous nous efforçons d'atteindre dans notre travail.
- Les **priorités de la stratégie** (3 piliers) **avec des principes** et un **plan d'action stratégique** pour les années 2018-2020.
- Nos **valeurs** et nos **principes de gestion**, que nous appliquons dans notre travail quotidien.

Vue d'ensemble – Swiss Sailing 2018-2020

Notre credo - mission

- Nous sommes l'organisation faîtière de toutes les disciplines de voile en Suisse.
- Nous offrons des structures et des contenus durables qui permettent une pratique de notre sport tout au long de la vie.
- Nous attachons autant d'importance au sport de performance qu'au sport populaire - de la classe des plus jeunes aux seniors.

Priorités stratégiques

Priorité n°1:

- Communication/Marketing
- Finances
- Prestations de service, Besoins des membres

Priorité n°2:

- Promotion de la jeunesse
- Régate sportive

Priorité n° 3:

- Formation
- Continuité
- Politique de pérennisation du personnel

Structures solides

Priorité n° 1:

- Plan de financement solide

Priorité n° 2:

- Conditions-cadres pour le sport de la voile
- Plateformes (AG,CP,CR)

Mise en réseau/Transparence

Priorité n° 1:

- Travail avec les médias
- Communication régulière et complète
- Présence auprès des clubs, classes et régions
- Motivation

Priorité n° 2:

- Plateforme électronique pour les membres et autres
- Propriétaires de bateau

Des valeurs et principes de gestion constituent la base de nos actions.

Nos valeurs: Identification, respect, ouverture, esprit d'équipe, enthousiasme

Principes de gestion: Nous dirigeons selon les principes de « gestion par objectif et gestion par exception » (mbo/mbe).



Credo

- Nous sommes l'organisation faîtière de toutes les disciplines de voile en Suisse.
- Nous offrons des structures et des contenus durables qui permettent une pratique de notre sport tout au long de la vie.
- Nous attachons autant d'importance au sport de performance qu'au sport populaire - de la classe des plus jeunes aux seniors.

Vue d'ensemble – Swiss Sailing 2018-2020

Notre credo - mission

- Nous sommes l'organisation faîtière de toutes les disciplines de voile en Suisse.
- Nous offrons des structures et des contenus durables qui permettent une pratique de notre sport tout au long de la vie.
- Nous attachons autant d'importance au sport de performance qu'au sport populaire - de la classe des plus jeunes aux seniors.

Priorités stratégiques

Priorité n°1:

- Communication/Marketing
- Finances
- Prestations de service, Besoins des membres

Priorité n°2:

- Promotion de la jeunesse
- Régate sportive

Priorité n°3:

- Formation
- Continuité
- Politique de pérennisation du personnel

Structures solides

Priorité n°1:

- Plan de financement solide

Priorité n°2:

**Définition principes
stratégiques et plan d'action
pour les 12 à 18 mois à venir**

Mise en réseau/Transparence

Priorité n°1:

- Travail avec les médias
- Communication régulière et complète
- Présence auprès des clubs, classes et régions

Priorité n°2:

- Motivation
- Plateforme électronique pour les membres et autres
- Propriétaires de bateau

Des valeurs et principes de gestion constituent la base de nos actions.

Nos valeurs: Identification, respect, ouverture, esprit d'équipe, enthousiasme

Principes de gestion: Nous dirigeons selon les principes de « gestion par objectif et gestion par exception » (mbo/mbe).

Principes: Priorité stratégique n°1 (1/3)

Communication/Marketing

Communication: Transparence – Dialogue – Présence

1. Nous promovons la confiance et la cohésion avec toutes les parties prenantes par le biais d'une communication transparente.
2. Pour nous, la communication est une relation équilibrée entre l'information et le dialogue.
3. Pour promouvoir ce dialogue, nous planifions des mesures spécifiques et les mettons en œuvre de manière cohérente.
4. Nous sommes ouverts aux commentaires et suggestions. Nous vous encourageons à nous faire part de vos commentaires et suggestions.

Marketing

1. Nous respectons le fait qu'il est difficile de trouver des ressources financières dans le sens de sponsoring pour les affaires générales de la fédération dans son ensemble. Nous voyons le potentiel de développement du marketing avant tout dans le domaine du sport de performance.
2. Nous nous engageons à trouver des ressources financières pour les projets de la fédération par le biais d'activités de marketing.



Principes: Priorité stratégique n°1 (2/3)

Finances

1. Nous voulons améliorer notre base financière au cours des prochaines années grâce à des mesures internes et externes appropriées.
2. Avec ces revenus supplémentaires, nous finançons des projets de la fédération au profit de nos membres.

Principes: Priorité stratégique n°1 (3/3)

Prestations de service / Besoins de nos membres

1. Nous voulons identifier les besoins de nos membres et de ceux qui naviguent et créer ainsi une valeur ajoutée pour eux. De cette façon, nous voulons renforcer l'identification avec la fédération.
2. D'une part, nous examinons de manière critique les offres existantes et, d'autre part, nous examinons l'introduction de nouvelles offres.

Plan d'action (12-18 mois) Priorités stratégiques (1/3)

Communication

- 1) Développement d'un système d'information et de communication qui
 - a. informe tous les groupes intéressés de manière ciblée.
 - b. assure une répartition claire des moyens de communication et de leur contenu.
 - c. permet l'interaction et le dialogue avec les groupes intéressés.
- 2) Institutionnalisation de nouvelles plateformes d'interaction et extension des plateformes d'interaction existantes (telles que CP, CR, JdO) en plateformes de dialogue constructives.

Marketing

1. Définition des trois projets principaux
2. Définition d'un catalogue d'offres avec présentation visuelle pour les sponsors potentiels de projet.
3. Trouver des sponsors pour les projets évalués avec la plan de réalisation.

Plan d'action (12-18 mois) Priorités stratégiques (2/3)

Finances

1. Création d'un plan d'action pour augmenter la valeur de Swiss Sailing (opération de séduction).
2. Mesures visant à attirer des membres supplémentaires, payants et actifs dans les clubs.
3. Mise en œuvre d'activités concrètes pour institutionnaliser un financement externe pluriannuel (par des sponsors, mécènes, etc.).
4. Générer des revenus supplémentaires de 250K/p.a. à partir de toutes les mesures afin de remplacer la contribution supplémentaire en faveur de SST.

Plan d'action (12-18 mois) Priorités stratégiques (3/3)

Prestations de service / Besoins de nos membres

1) Identifier les besoins

1^{ère} étape : Définition claire des segments Youth, Cruising, Racing, Seniors, etc.

2^e étape : Analyse de la segmentation en pourcentage (Racing, Cruising, Youth, Seniors etc.)

3^e étape : Se renseigner sur les besoins des clubs, classes, régions (y compris leurs membres).

2) Remise en question des offres existantes.

3) Créer de la valeur ajoutée suite aux points 1) et 2). Par exemple, dans les domaines de l'assurance, de l'administration ou de la formation.

Nos valeurs et principes de gestion constituent la base de nos actions

Nos valeurs

- Identification, respect, ouverture, esprit d'équipe, enthousiasme

Nos principes de gestion

- Nous dirigeons selon les principes de « gestion par objectif et gestion par exception » (mbo/mbe).