BOWLING NEWS

· B · U · S · I · N · E · S · S ·

Le seul magazine français consacré au Bowling Professionnel
N°21 - Septembre 2020 - www.BowlingNews.fr

COVID 19 : IL VA FALLOIR FAIRE AVEC !

BOWLING NEWS BUSINESS est dorénavant diffusé en France, Belgique et Suisse

GDL

CRÉATEUR DE **CENTRES DE LOISIRS**

CONSEIL 18 ANS DE SAVOIR-FAIRE
ASSISTANCE **EXPERTISE**

CONSTRUCTION

Vous avez un **projet de création, de construction ou de développement de parc de loisirs, de plaine de jeux, ou de parc indoor.** GDL vous accompagne de A à Z.

- Etude de projet de parc indoor
- Etude de financement,
- Etude d'implantation
- Construction
- Choix de matériels
- Installation sur site
- Communication et marketing
- Mise en route
- Formation du personnel
- Suivi

www.gdl-loisirs.fr

CONTACT
Stephen DARCY
Tél : 06 79 88 01 51 - Mail : developpement@gdl-loisirs.fr

ÉDITO

Bowling News Business
LE Magazine français du Bowling Professionnel
N°21 - Septembre 2020 - www.BowlingNews.fr

J'ai choisi, volontairement, une "une" opimiste et souriante pour prendre le contre-courant des médias qui, depuis des mois, nous gavent jusqu'à plus soif de mauvaises nouvelles car...

P... de coronavirus !!!

... Nous ne porterons pas un masque (plus ou moins inutile) indéfiniment. La pandémie disparaitra aussi soudainement qu'elle était apparue, à l'instar de ce que font les grippes saisonnières chaque année ! Que restera-t-il de cette étrange époque ?... Un nombre incalculable de questions auxquelles aucun d'entre nous n'auront eu des réponses fiables.

Une certitude : il faut faire avec ce maudit virus et faire le dos rond en attendant qu'il passe. Ces derniers mois auront été pour la plupart d'entre nous une période difficile. Pour ma part, j'ai du annuler la sortie, fin mars, du numéro 20 du magazine qui, finalement fut reporté à fin juin. Ce numéro, après cinq ans d'existence du magazine aurait été celui enregistrant un nombre record d'annonceurs. Au point de devoir en augmenter, significativement, sa pagination. 17 pleines pages de pub qui brutalement se retrouvaient annulées dans les jours qui suivirent l'annonce du confinement.

Sorti fin juin, le magazine repris aussitôt du poil de la bête signe qu'après cinq, il était devenu une belle référence dans le monde du bowling français. Cette présence réaffirmée d'annonceurs acheva de me faire reprendre confiance en l'avenir. Car, ce p... de coronavirus, il va certainement falloir s'y habituer encore un bon moment. Lancés par des joueuses et joueurs, masqués ou pas, de nombreuses boules rouleront encore sur vos pistes avant que nous en soyons totalement débarrassé.

Autre certitude : nous ressortirons tous de cette épreuve grandis et, après cette (trop) longue période d'inactivité forcée, plus enclins que jamais à vouloir nous distraire.

Les annonceurs qui font l'effort financier d'accompagné ce magazine dans son redressement (et, par conséquent dans leur propre redressement) sont là, plus motivés encore que par le passé pour vous proposer des solutions pour équiper vos centres de nouveautés qui feront revenir demain et, qui sait (?), plus nombreux que jamais, vos clients.

Nous allons avoir ces quelques mois de transition qui pour souvent, désagréables qu'ils sont, vont vous permettre d'imaginer l'avenir avec encore plus d'esprit d'entreprendre, d'imagination (que je vous souhaite débridée !) et d'espoir que je titrai le précédent numéro en : "des lendemain qui chantent".

C'est ce que je vous souhaite chers lecteurs, avant même d'avoir entrepris la conception de ce numéro 21, qui, je l'espère, sera comme les précédents (si je me fis à vos nombreux retours positifs), à la hauteur de vos attentes.

Jacques Mouchet, Directeur de la publication
eMail : contact@bowlingnews.fr
Tel. : 06 82 00 36 38

Votre Centre de Bowling en “une”* de

BOWLING NEWS

· B · U · S · I · N · E · S · S ·

Demie page, simple page ? double page ?
Un cahier central de 4 pages ?
La “une”* ?...

TOUT EST EST POSSIBLE !

Vous souhaitez que votre centre laisse sa marque dans le monde du bowling français, ou, plus prosaïquement, à des fins marketing en distribuant auprès de vos clients “B2B” le seul magazine français consacré au bowling professionnel !**

Reportage photographique complet
+ rédactionnel comprenant l'historique de votre centre, ses points forts, et la présentation de ses différentes activités.

Tout est possible !

Demandez nos tarifs

Tél. : 06 82 00 36 38
Email : contact@bowlingnews.fr

* : option uniquement disponible conjointement au cahier centrale 4 pages
** : un tirage personnel **de plusieurs centaines d'exemplaires** à l'intention de votre clientèle peut vous être proposé, consultez-nous pour un devis

SOMMAIRE

Page 2 - GDL Créateur de centre de loisirs

Page 3 - Editorial

Page 4 - Votre Centre dans le magazine ?

Page 5 - Sommaire

Pages 6/7/8/9 - QubicaAMF

Voici le premier volet d'un reportage que nous propose QubicaAMF et qui porte cette fois sur l'innovation dans le secteur du Bowling. Nombreux autres reportages à suivre dans nos prochains numéros.

Page 10/12 - Bowling et communication

Affichage 4x3, marquage sur véhicule, sites Internet et page Facebook tout est bon pour développer votre communication !

Page 11 - Goolfy : LE mini golf fluo

C'est fluo et çà va faire exploser votre chiffre d'affaires !

Pages 13 - Mégazone Laser Game : Helios II

Avec le système Helios II, Megazone Laser Game poursuit sa course en tête des installateurs de jeux laser.

Pages 14/15 - Bowling Média

Communication, écran LED et Publicités. Bowling Média c'est : 23 bowlings, 352 pistes, 1350 écrans LED équipés

Page 16 - NBC Vending

Spécialiste de la distribution automatique depuis 2001

Page 17 - Néo Loisirs

Nous transformons votre bowling grâce à des effets visuels et interactifs sur vos pistes.

Page 18/19 - Univers Loisirs :

Vous recherchez une nouveauté qui rime avec rentabilité ? : Les bumpers Hurricane

Pages 20/21 - Sens Digital

SD Bowl, solution bowling : une nouvelle façon d'aller au bowling et un parcours entièrement réfléchi pour dynamiser votre bowling

Page 22 - Compagnie des rêves

Page 23 - Shopping - Vite dit

Page 24 - Speed Park

BOWLING NEWS - BUSINESS
46, Rue de Jaumarie
24190 Saint Germain du Salembre
Tél : 06 82 00 36 38
email : **contact@bowlingnews.fr**

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION
Jacques Mouchet

EDITEUR
JM Editions

Nous les remercions d'avoir rendu possible la création de ce numéro 21 :

Guillaume Agiar, Univers-loisirs ;
Guillaume Chêne, QubicaAMF ;
Stéphane Fontaine, GDL, Speed Park, La Compagnie des Rêves ;
Jean-Pierre Guillard, Neo loisirs ;
Yohan Hemberg, Megazone Laser Games ;
Lydia Imbert, NBC Vending ;
Maxime Lenders, Bowling Média ;
Xavier Spina, Sens Digital

Imprimé par :
IOTA Z.I. La Serve
1, Rue Henri Rebière
24110 Saint-Astier

Publication (quasiment ;-) trimestrielle diffusée gratuitement dans tous les centres de bowling français et les centres de bowling belges et suisses francophones.

n° 21 - Septembre 2020
6ème année - 4 parutions par an
Numéro tiré à 600 exemplaires

Toute reproduction, textes ou images, même partielle, interdite, sauf autorisation de l'éditeur

GENESE ET ESSOR DU BOWLING ENTERTAINMENT

Depuis les années 2000, nous assistons en France à une forte tendance de bascule de l'activité Bowling vers le monde des loisirs, secteur compétitif s'il en est. Signe d'une démocratisation ou d'une nécessaire refonte des modèles économiques traditionnels, ce virage se dessine au rythme des projets qui se structurent actuellement. Le challenge de notre secteur est clairement défini : ouvrir un accès plus large à la pratique de Bowling en la faisant évoluer, et en travaillant sur l'expérience utilisateurs. Voici le premier volet d'un reportage, qui portera sur l'innovation dans le secteur du Bowling.

Le Striker, Salaize-sur-Sanne (38)

Des modèles économiques nouveaux. Révolutionner les modèles établis, tout en respectant les adeptes du beau jeu – sportifs et compétiteurs, clubs et fédération en tête – est un processus long et en permanente construction, mais voilà déjà plusieurs années que nous parlons de « Bowling Entertainment ». Les investissements réalisés depuis plusieurs années orientent naturellement la pratique vers un public plus multi-générationnel et le plus large possible. Ils visent à inciter à la revisite, à créer de l'envie de pratiquer, et de recommander. La multiplicité des activités (FECs) est déjà un phénomène ancien, mais de nouvelles synergies naissent. Les impacts sont nombreux sur la conception des centres eux-mêmes (aménagement des espaces, type de restauration, taille des parkings, scénarisation…), mais aussi sur le choix des machines, des logiciels, de l'ameublement… En outre, on assiste à une véritable révolution tournée vers l'expérience utilisateurs. Effets visuels aux quatre coins du centre, communication digitale (sites web, réseaux sociaux…), effet waouh recherché en permanence, parcours client « sans couture », tout est fait pour choyer l'utilisateur final.

L'innovation : un ingrédient incontournable. Actuellement, l'innovation technologique devient fondamentale. 95% du chiffre d'affaires des centres de Bowling français est liée à la pratique de loisirs. En 2020, le marché français fait état de près de 450 Bowlings pour un peu moins de 6.000 pistes. Beaucoup de ces centres promeuvent le digital, l'innovation, et l'intéractivité, en intégrant parfois même un réel game-design (cf. HyperBowling, numéro précédent de Bowling News Business), des écrans géants, des tablettes tactiles, des fonctionnalités sociales. Dès lors, il semble logique pour notre secteur de rechercher de la créativité, et de placer au cœur des projets le juste dosage d'innovation technologique. Tout comme pour le gaming, le cinéma ou les salles de jeux d'arcades, la Recherche et Développement sera une clé fondamentale pour faire rayonner l'activité Bowling dans les années à venir.

CONQUEROR X

Préparez l'avenir avec le tout dernier système de gestion et de ventes Conqueror X

Chaque jour apporte son lot de nouveaux défis ! C'est pourquoi nous sommes heureux de vous présenter la toute dernière génération d'outils de management et de vente, conçus pour maximiser votre efficacité et rassemblés dans une plateforme unique et évolutive.

Conqueror X est la plateforme de référence pour accueillir l'ensemble des outils actuels et futurs, signés par QubicaAMF. Elle est dotée d'une architecture flexible, qui accélère le changement, et permet l'émergence de nouveaux services. Tirant pleinement parti des technologies cloud, la plateforme Conqueror X change la donne en termes d'efficacité et d'expérience utilisateur.

Conqueror X introduit les mises à jour automatiques de l'ensemble de votre système (scoring, jeux, management, points de vente, outils cloud, outils marketing...) : vous êtes et restez à jour. Le contenu est sans cesse renouvelé pour vos clients. Les nouvelles fonctionnalités vous permettent de générer plus de revenus. Votre personnel se concentre sur sa mission d'accueil et de relationnel client. En deux mots : votre niveau d'efficience est maximal.

Enfin, avec un accès illimité au support technique QubicaAMF, et des ressources de formation en ligne développées par des professionnels des opérations et du marketing, toutes les clés sont désormais entre vos mains.

CONQUEROR POS | CONQUEROR CLOUD | CONQUEROR CMP

QUBICAAMF
MAKING BOWLING AMAZING

UP2PLAY, Les Sables d'Olonne (85) - DCM Groupes Réalités

Le Bowling fait sa révolution ! Avec un taux de couverture du territoire relativement dense, et une hétérogénéité de modèles économiques, le marché français est très dynamique. Il y existe toutes les typologies d'usagers, et leur importance est équivalente pour beaucoup d'établissements. Cela a été présenté précédemment, l'enjeu fort pour inventer le Bowling de demain, plus attractif et plus ouvert pour tous, est donc fortement lié à l'expérience utilisateurs. Découvrez ci-dessous deux marqueurs qui incarnent très bien ce passage à l'ère du Bowling Entertainment, et, en parallèle, deux exemples de produits répondant à ces attentes nouvelles.

La machine à ficelle devient centrale ! En 2019, 70% des machines installées dans le monde ont été des machines à ficelles contre 30% de machines traditionnelles. En France, le ratio est encore plus fort, de l'ordre de 90% vs 10% chez QubicaAMF. Signe d'une évolution forte des mentalités, ce glissement s'explique par divers facteurs. Le coût d'investissement, dans un premier temps, le coût de fonctionnement, bien entendu, mais aussi des facteurs plus qualitatifs comme le temps homme, la capacité à faire intervenir n'importe qui en gestion quotidienne des machines, ou encore la consommation d'électricité.

➡ En Janvier 2019, QubicaAMF sort de ses usines les premières EDGE String, dernière génération de machine à ficelle, après 4 ans de développement et de test. Depuis, 2000 EDGE String ont été installées dans le monde, dont 90 commandées en France. Avec un design neuf, le joueur ne pense pas évoluer « en ficelle ». La sécurité est maximale pour votre staff polyvalent intervenant sur les machines avec un simple accès par l'arrière. Enfin, vous utilisez une application mobile pour la maintenance prédictive de vos EDGE String.

Les centres exigent des logiciels adaptés à leur réalité ! Depuis plusieurs années, les centres multi-loisirs multiplient les pistes pour gagner du temps, augmenter leur gestion du personnel, optimiser les créneaux, planifier leur activité... Beaucoup de professionnels considèrent qu'il n'est plus suffisant d'avoir un logiciel qui « fonctionne bien ». La fiabilité reste la règle de base, mais on attend aussi de nos outils qu'ils soient intuitifs, design et efficients. Dans tous les secteurs, des plateformes évolutives remplacent les logiciels de gestion simples, souvent appuyées sur des technologies en « Cloud », offrant mises à jour automatiques, instantanéité, automatisation, services intégrés (support, marketing, formation), et fonctionnement à distance. Le Bowling ne pouvait pas échapper à cette tendance..

➡ En 2020, QubicaAMF sort le Conqueror X, une révolution. Cette toute dernière plateforme de gestion de centre de Bowling mono et multi-activité offre de nouvelles perspectives. L'interface y est revisitée pour plus de simplicité. De nouvelles fonctionnalités apparaissent, grâce à une technologie Cloud permettant notamment de consulter à distance un grand nombre de data et d'indicateurs, ou de rester à jour en permanence. Les fonctionnalités pré-existantes (carte monétique, module de fidélisation...) y sont naturellement insérés, ainsi que des web-services et un support technique. En attendant de grandes nouveautés à venir prochainement...

Il est désormais acquis que l'innovation est et restera une clé de voûte pour tous les projets Bowling se voulant orientés vers ses utilisateurs. A travers ce premier volet de reportage, nous avons posé ce constat, puis apporté deux éléments clés de l'équipement de Bowling ayant subi de belles avancées ces derniers mois : la machine à ficelle, et la plateforme de gestion. Prochainement, nous poursuivrons cette démarche en explorant d'autres marqueurs forts, et en présentant des réponses concrètes, apportées par l'éco-système QubicaAMF.

La suite au prochain numéro...

HYPER
BOWLING

LIBEREZ
TOUT LE POTENTIEL
DU BOWLING

IAAPA | BRASS RING AWARD

1ST PLACE
2018 IAAPA
BRASS RING AWARD
BEST *NEW PRODUCT*

QUBICAAMF
MAKING BOWLING **AMAZING**

Plus que jamais sans doute, en cette période particulièrement délicate de reprise, la communication entre vos clients et vous est importante. Alors faite vous partie de ces gérants de centre qui attendent passivement que leur clients franchissent la porte de leur établissement ou faite vous partie de club (fermé) des hyper-communicants ? Vous devez certainement vous situer entre ces deux extrêmes qui je vous l'accorde sont pris à titre d'exemple de manière quelque peu caricaturale.

Il est toutefois intéressant de réviser l'ensemble des moyens qui peuvent être utilisés pour une communication au Top.

Non, l'entrée massive du numérique dans nos vies n'a pas pour autant fait disparaitre certaines solutions qui, même en ce début de 21e siècle, reste encore très valables et, pourtant, pas toujours utilisées voir même imaginées :

Le "bon vieil" affichage 4x3

Vous avez, lors de l'ouverture de votre centre, cogité longuement sur son emplacement, pesant le pour et le contre de telle ou telle implantation et, enfin, persuadé de votre bon choix, fini par vous décider. Ce qui est une évidence aux abords de villes de petites ou moyennes dimensions devient plus délicat si votre bowling fait au contraire partie de ces zones commerciales situées en périphérie des grandes villes. D'accord, le bouche à oreille fonctionnera et plus ou moins rapidement, les clients intéressés finiront bien par connaitre votre existence. Mais, pour en accélérer la rapidité de diffusion de l'information, rien de tel que cette bonne vieille affiche 4x3 que vous situerez (encore un autre choix cornélien !) à l'autre bout de la ville. Attention comme pour une pub passée dans un magazine il va vous falloir manier l'art délicat de faire court mais faire bien. La présence de votre logo est indispensable et je reviendrai là dessus dans une autre chronique, certains centres (heureusement de plus en plus rares !) ayant négligé cet aspect de leur profession. L'accroche doit être simple mais, tout de même, détailler l'ensemble des loisirs proposées : nombre de pistes et activités annexes. Pour finir (« *Last but not least** » comme le résume nos amis anglophones) une indication, précise et simple, de l'adresse et de l'accès au centre, voir son numéro de téléphone.

* ndt : « en dernier mais pas le moins important »

Le marquage publicitaire sur véhicule.

Un peu dans le même esprit mais avec l'avantage de devenir une "pub itinérante", une autre solution à ne pas négliger !

Quel budget pour un marquage publicitaire sur véhicule ?

Les variantes sont infinies : proposition graphique, choix de couleurs, type d'adhésif, surface d'impression numérique... Vous trouverez différente propositions auprès d'établissement spécialisés formules adaptées à chaque budget , en clair c'est vous qui décidez ! ces formules peuvent aller de 150 € ht pour un marquage discret en lettrage adhésif à plus de 1500 € ht pour un véhicule totalement recouvert de vinyle en impression numérique (total covering) .

Plus votre publicité sur véhicule sera originale et percutante, plus les regards des passants seront attirés ! Les sociétés (sérieuses) disposent toutes d'un studio graphique qui est là pour vous conseiller et vous accompagner dans la réalisation de projets de marquage publicitaire. Sur devis, une étude graphique peut vous être présentée en situation sur tous types de véhicules.

Là encore, sachez aller à l'essentiel : logo, nombre de pistes, n°de téléphone, adresse, site internet et email de contact

Suite pages 12

PUBLI-REPORTAGE

Pour dynamiser le secteur des loisirs, **Goolfy** propose aux complexes de bowling d'intégrer un mini-golf indoor fluo avec pour objectifs, de diversifier leur offre, d'élargir le spectre de leur clientèle (familles, enfants, parents, grands parents, adolescents, CE,...) et surtout de développer leur Chiffre d'Affaires.

L'installation d'un parcours **Goolfy** permet aux centres de bowling de rentabiliser des mètres carrés non (ou mal) exploités. Quelques exemples concrets : un bowling a aménagé un **Goolfy** dans une salle auparavant destinée au rangement, un autre dans la salle de billards non-rentable et un troisième dans une zone de parking couvert peu exploitée.

De manière générale, l'intégration d'un parcours **Goolfy** s'accompagne d'une hausse de 15% du CA annuel d'un complexe de bowling existant. Compte-tenu de l'investissement limité pour un parcours 18 trous clé-en-main sur une surface de 300m2 (à partir de 99.900€) le calcul est vite fait !

La rentabilité est la clé du succès : pas de personnel supplémentaire à engager pour manager l'activité **Goolfy**. Dans le cas d'un centre de bowling déjà en activité, la personne à la caisse ou au comptoir peut facilement gérer la distribution des putters, des balles et des cartes de score à la clientèle, tout en vaquant à ses occupations. De plus, l'absence d'équipement mécanique et électronique permet d'éviter tout entretien ou réparation.

Avec une marge brute supérieure à 94%, le retour sur investissement peut être atteint en moins d'un an !

Comme bon nombre d'exploitants de centres de bowling, Fabrice Marais, propriétaire de trois centres à Mulhouse, Epinal et Vesoul, a tout de suite perçu l'intérêt d'installer un parcours **Goolfy** dans un de ses complexes. Il explique qu'il n'a pas été nécessaire pour lui d'embaucher de personnel pour cette nouvelle activité, en ajoutant qu'il est ravi des résultats obtenus. De plus, sa clientèle confirme avoir été séduite par l'expérience de jeu.

Les parcours **Goolfy**, qui rencontrent un franc succès sur le marché français et européen, ont accueilli plus de 3 millions de personnes avec quelques 34 implantations déjà opérationnels ou en cours de réalisation en France, Suisse, Belgique, Pays-Bas, Allemagne, Espagne, Chypre et bientôt Chili. Certains centres, comme ceux de Plan de Campagne, Dorlisheim ou Brumath sont souvent à capacité maximale les WE, du vendredi après-midi au dimanche soir.

Après les récentes inaugurations de Gand en Belgique et de Munich en Allemagne, les prochaines ouvertures de **Goolfy** auront lieu en Suisse, à Lausanne et Neuchâtel, à Anse (Lyon Nord) et Santiago de Chili pour la première incursion outre-atlantique de l'enseigne d'origine belge.

Voilà une solution à méditer pour les propriétaires de bowling en quête d'une nouvelle source de profit dans ces périodes si particulières...

Après ces rappels de solutions de communication “physiques” passons à celles, plus innovantes.

Site Internet…

Plus la peine en cette année 2020 de vous convaincre de ces outils aujourd’hui devenus **indispensables** ! Et pourtant, encore quelques peu négligés par certains (!).

Est-il bien encore nécessaire de vous rappeler les éléments qui doivent impérativement y figurer ?

Pour mémoire et dès avant même sa création : le choix d’un nom de domaine qui, parfois n’est pas aussi évident qu’il pourrait de prime abord y paraitre. Combien d’entre eux sont par trop alambiqués ? Allez à l’essentiel : le mot “bowling” et la ville sur laquelle il est présent semble l’évidence. Seules les enseignes de centres multi-loisirs peuvent se permettre de les zapper. Nous avons rappelé bien des fois ces dernières années que ce site doit savoir s’adapter aux supports sur lequel ils sera visité (écran d’ordinateur ou, bien plus souvent, tablettes et surtout smartphones) d’où la nécessité qu’il soit (en bon français !) : “Mobile-Friendly” (ndt : compatible smartphone). C’est en effet sur ce dernier support qu’il sera, dans un pourcentage énorme de cas, consulté. Si votre site s’appuie sur une vieille technologie (langage html ou autre vieillerie des années 90/2000 ;-) n’hésitez plus à contacter des agences de webdesign pour le faire refaire “**au goût du jour**”. Le cas échéant, seule des parties de vos textes et images apparaitront sur les smartphones dernières générations et sa maquette (qui semble parfaite sur le grand écran d’un ordinateur) en sera profondément altérée.

Autre GROS défaut : Google, qui de nos jours est devenue LA référence unique de… Référencement de sites Internet, favorise ce type de site et affiche, bien loin, ceux qui ne le sont pas. A ce propos, vous pouvez tester la compatibilité de votre site Internet en affichant l’adresse de son url sur la fenêtre qui apparait sur la page d’accueil de : https://search.google.com/test/mobile-friendly

Attention aux entreprises de référencement qui pullulent sur Internet et qui vous assurent que votre site apparaitra en haut de la première page de Google ; certaines ne sont pas d’une honnêteté irréprochable ou sont d’une efficacité parfois bien contestable…

… et page Facebook

Depuis quelques années déjà et le développement extraordinaire de ce média ; disposer d’une page Facebook pour votre établissement, en complément de votre site Internet est, là encore, quasiment devenu impératif. Cette page présente l’avantage considérable d’une simplicité de mise en ligne et, plus encore, d’une interactivité avec vos clients !

Encore faut-il l’utiliser “intelligemment”. Rien de plus pénible en effet (et inutile de surcroit !) qu’une page Facebook rarement renseignée ou, presque pire, renseignée sans discernement. Votre page est là pour communiquer sur votre actualité ! Evénements organisés, résultats de tournois, soirées exceptionnelles, nouveaux menus pour votre restaurant, etc… Ne tombez pas dans l’excès d’annoncer n’importe quoi mais ne la laissez surtout pas “prendre la poussière” signe, dès lors, que votre activité ne serait pas à la hauteur. Dans l’absolu, l’idéal étant sans doute (mais plutôt difficile à réaliser) qu’un évènement est lieu chaque jour (ou au minimum chaque semaine) dans votre établissement ! Les centres multi-activités étant là encore les mieux placés en pouvant proposer, en alternance, des images de chacune d’entre elles…

Des photos de vos clients en pleine action sont elles aussi très populaires. Mais là encore, soyez prudent et n’hésitez surtout pas à leur faire signer au préalable une autorisation explicite (date et conditions d’utilisation de l’image sur votre site ou page Facebook). Un procès pour utilisation abusive pourrait intervenir si votre client portait plainte dans le cadre d’une “*atteinte à sa vie privée*”.

« toute personne dispose sur son image, partie intégrante de sa personnalité, d’un droit exclusif qui lui permet de s’opposer à sa reproduction » (Cass. Civ. 1ère, 27 février 2007, n° 06-10393).

PUBLI · REPORTAGE

Avec à ce jour 120 installations en France dont une quarantaine dans des centres de bowling, Megazone Laser Games reste en tête, sur le marché français des jeux laser, avec plus d'installations que l'ensemble de ses concurrents. Une situation qui n'est sans doute pas le fruit du hasard !

Les installations de nouveaux équipements Megazone Laser Games se poursuivent :

Installations à venir très prochainement : Helios 2 au Starbowl à Audincourt mi Octobre.

Pour plus d'informations n'hésitez pas à consulter la page **http://megazone.fr/actualites**

Installer un jeu MEGAZONE LASER GAMES dans votre centre de bowling c'est :

- Attirer une clientèle nouvelle
- Aider à sa fidélisation et...
- Disposer d'un complément de chiffre d'affaire bien loin d'être négligeable !

Sur le site Internet megazone.fr une carte de France vous attend et vous permettra ainsi d'obtenir les coordonnées de toutes les installations déjà existantes et, si vous le souhaitez, de vous renseigner directement auprès de nos autres clients !

BOWLING MEDIA

Communication écran led et publicité

Bowling Média, spécialiste et leader des écrans géants led dans les bowlings, poursuit son évolution en intégrant dans son équipe Jonathan Zanti.

Fondateur du programme spécialement dédié à la gestion de ces écrans hors normes, Jonathan sera désormais le concepteur de votre programme personnalisé, adapté au mieux à l'animation de votre écran. Aujourd'hui, nous lui donnons la parole :

« Jonathan, comment pouvez-vous nous résumer votre fonction chez Bowling Média ? »

« Mon rôle premier est d'assurer le bon fonctionnent de l'écran au niveau informatique. C'est-à-dire que je m'occupe de la configuration de l'écran, via l'ordinateur qui l'accompagne et qui est spécialement conçu pour ce type d'écran.

Ensuite, sur chantier, j'assume la formation du responsable du bowling à l'utilisation du programme et envisage des développements spécifiques en fonction des utilisations prévues ».

« Pourriez -vous dire que notre programme est du sur-mesure alors ? »

« Oui, on peut effectivement parler de sur-mesure. Si un propriétaire de bowling souhaite introduire une donnée spécifique ou souhaite une option qui n'existe pas encore sur le programme, je m'occupe de la réaliser et de l'ajouter. Cette option se retrouvera alors chez tous nos clients. Je fais donc évoluer constamment le programme et les nouvelles options sont toujours comprises dans l'investissement de base ».

« Justement que peut-on faire avec votre programme ? »

« Beaucoup de choses... Bien sûr, diffuser les images animées sur toute la surface de l'écran mais aussi diviser l'écran en différentes zones par paire de pistes ou par section. Par exemple, si vos pistes sont séparées par des colonnes, alors on peut le diviser en zone. On peut aussi superposer à l'écran de fond des vidéos, la diffusion de la télévision ou de liens internet. Nous pouvons diffuser des messages également. Planifier toute votre semaine dans un agenda... Je ne vais pas tout dévoiler ici, tant il existe de possibilités. Pour connaître nos autres fonctionnalités et exprimer vos désirs, contactez Maxime... »

« Qu'en est-il du Covid ? Vous a-t-il impacté ? »

« Comme toute société, lors de la fermeture des frontières, nous avons subi un ralentissement de nos activités avec un report de certaines commandes, mais dès ce mois d'octobre, nous redémarrons de plus belle avec l'installation de 3 écrans : au BMB d'Amiens (30 pistes), au Silver Bowl de Beaucouzé (24 pistes) et au Family fun Park de Rochefort (12 pistes). De plus, je sais que Maxime nous réserve encore d'autres beaux projets... »

« Le mot de la fin ? Pourquoi travailler exclusivement pour Bowling Média ? »

« Nous avons fait le choix de ne pas nous diversifier car l'installation d'écran led dans un bowling est trop spécifique que pour ne pas s'y consacrer à 100%. De plus, nous établissons un contact particulier avec chacun de nos clients. Cela est évidemment facilité par un dialogue qui se fait en direct, sans intermédiaire... et ces choix me conviennent parfaitement car nous privilégions un travail de qualité. »

« Merci Jonathan et bon vent au sein de cette entreprise dynamique ! »

BOWLING MEDIA

Maxime LENDERS - 00 32/470 258 707

ml@bowling-media.com

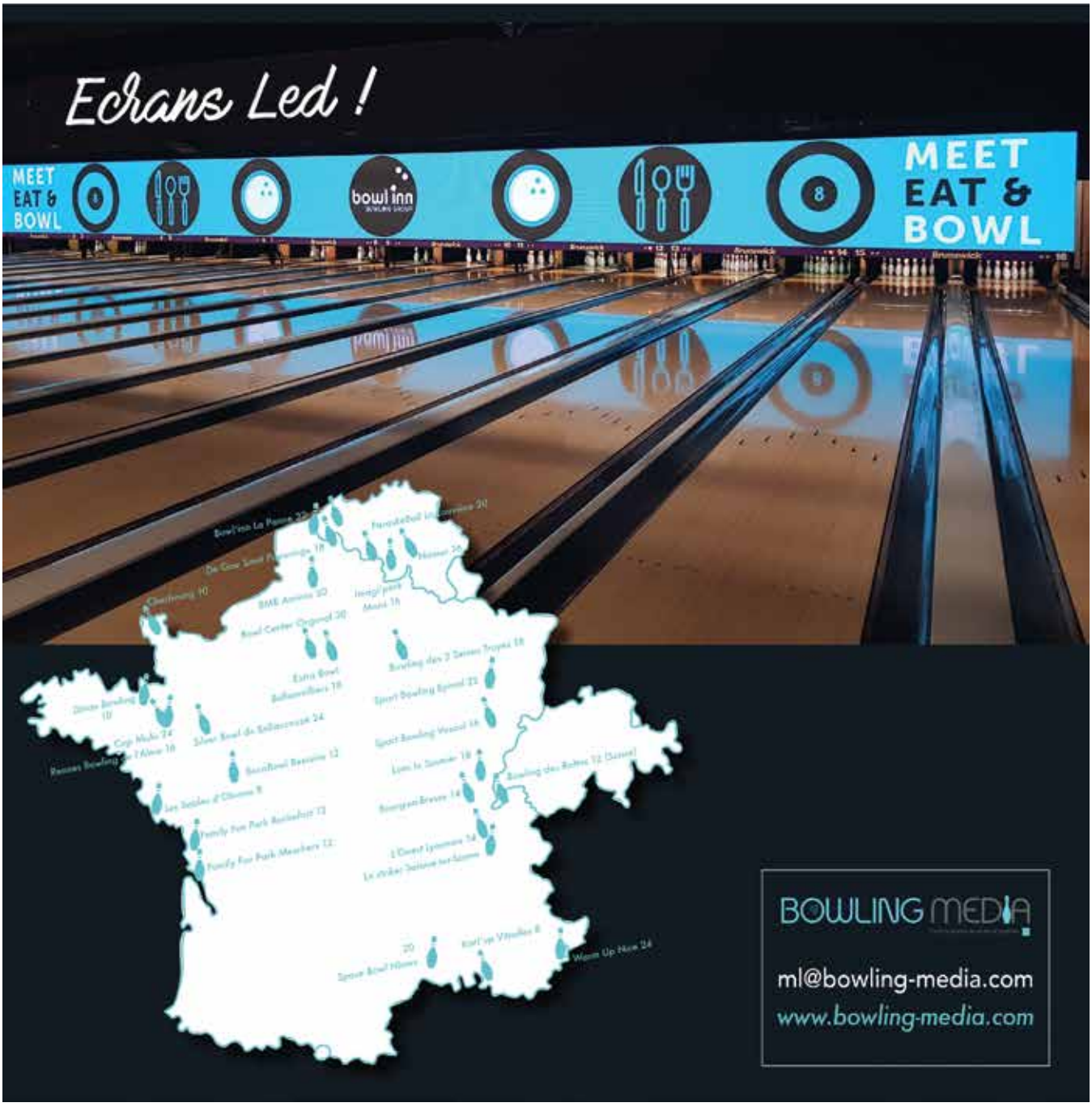
www.bowling-media.com

Dynamisez votre espace de loisirs avec Bowling Media !

Maxime LENDERS

00 32/470 258 707

Ecrans Led !



BOWLING MEDIA

ml@bowling-media.com

www.bowling-media.com

NBC VENDING

NBC vending

WWW.NBC-VENDING.COM

06 09 20 29 49
04 66 84 67 68

SAMY4930@HOTMAIL.FR
NBC.LYDIA@GMAIL.COM

MARCHÉ GARE
3214 ROUTE DE MONTPELLIER
30900 NÎMES
EURL NBC

VENTE | LOCATION | DÉPÔT

PUBLI-REPORTAGE

NBC est spécialiste de la distribution automatique depuis 2001

Samuel Bagnols, le gérant, et son équipe se mettent à votre disposition pour vous présenter les jeux, distributeurs, consommables et autres arcades afin d'attirer chez vous petits et grands.

Nous vous proposons le dépôt, la vente ou encore la location de nos appareils.

Nous assurons la livraison, l'installation, l'approvisionnement et le dépannage !

Ce que nos clients disent de nous :

Yves Viallon, propriétaire du parc de jeux/bowling "Inside Park" de Villars (42390) : « *Samuel est réactif et professionnel !* »

N'hésitez pas à nous contacter au : 04 66 84 67 68

PUBLI · REPORTAGE

NEOLOISIRS continue d'**accompagner le développement des centres de loisirs Indoor** avec des ouvertures de centres :

Galaxy Bowling - Biars sur Cere 46 (installation de pistes de Bowling)
Laser and Dream - Pornic 44 (Laser Game, Arène Laser et zone VR)
Dundee Parc - Corbeil Essones 91 (Laser Game, Arène Laser)
Diamond Rock - Tignes 73 (installation de pistes de Bowling)

Découvrez **notre nouveauté le Bowling Interactif** dans les derniers centres que nous venons d'équiper :

Metropolis Langon 33 ; Bowling le Roc Avoriaz 74 ; Metropolis Lanester 56 ; Metropolis Concarneau 29

Nous sommes également fier de présenter notre nouvelle gamme Delta Strike de jeu Laser.
Depuis sa création Delta Strike a toujours innové en créant entre autre le système multi-armes, en développant l'interactivité de l'arène par des portes d'énergies, des bases vidéos etc .. !

Notre nouveau système **GENESIS** permet aux joueurs de faire un **Selfie en début de partie grâce à sa camera intégrée** ! La photo des joueurs apparait sur l'écran des adversaires touchés ! Nous avons le plus grand écran du marché et la veste en cuir la plus légère parfaitement adaptée aux enfants et aux adultes.

Vous pouvez nous contacter si vous souhaitez renouveler votre matériel ou bien pour ajouter cette activité dans votre centre

Retrouvez nous sur **www.neoloisirs.com**

PUBLI - REPORTAGE

BUMPERS HURRICANE

Une nouveauté qui pourrait bien chambouler l' univers du Bowling

Et si la prochaine nouveauté qui viendra compléter votre bowling nous venait d'une entreprise Française. **Univers Loisirs** suit de très près la tendance des loisirs indoor et notamment celle qui consiste à mutualiser les activités pour créer des multi complexes (bowling, laser game, plaine de jeux pour enfants…).
C'est avec l'émergence de ces centres de loisirs que les bumpers Hurricane ont commencé à démontrer qu'ils avaient toute leur place.
Guillaume, responsable commercial France pour la société Univers Loisirs, vous parle des bumpers Hurricane à travers un article questions-réponses.

Qui est Univers Loisirs ?
Nous sommes une PME française basée en Isère, à proximité immédiate de Lyon. La société a été crée en 1986 et est spécialisée dans la distribution de matériels pour les parcs de loisirs et d'attractions en France mais également à l'export (manèges, véhicules électriques à batteries, structures de jeux tubulaires, etc.). Nous avons réalisé l'année dernière, un chiffre d'affaires proche de 2,5M€.

Connaissez-vous bien le monde du loisirs indoor ?
Nous connaissons parfaitement le monde des loisirs indoor et notamment des plaines de jeux pour enfants, car nous collaborons avec les principaux acteurs du marché depuis plus de 10 ans. Avec l'arrivée de nouveaux produits dans notre gamme (notamment les bumpers Hurricane) et l'évolution du marché vers des centres de loisirs multi-activités, nous apprenons depuis quelques années à découvrir les autres activités indoor et notamment les bowlings.

Qu'est ce que les bumpers Hurricane ?
Les bumpers Hurricane constituent une attraction familiale qui colle parfaitement à la clientèle des bowlings. Lors d'une partie, vous pourrez voir jouer ensemble tous les membres d'une même famille (enfants et parents), des adolescents venus passer un moment tous ensemble, ou même des adultes en séminaire ou enterrement de vie de garçon ou de jeune fille. A l'instar des fêtes foraines, cette activité plait énormément car c'est tout simplement « fun », facile à prendre en main et à mourir de rire. La surface occupée n'est pas très importante et nos retours d'expériences nous permettent de démontrer que la rentabilité par m² exploité est souvent bien supérieure à celle des autres activités proposées au sein des bowlings.

Quelle rentabilité peut-on espérer avec cette activité ?
Comme pour tout centre de loisirs, la rentabilité des bumpers Hurricane sera extrêmement liée à la fréquentation du site sur lesquels ils sont installés. Les Hurricane, comme les jeux d'arcade et de simulation ne constituent pas un produit d'appel comme le Bowling et le laser game. Toutefois, et compte tenu des temps d'attente assez long pour accéder aux activités principales en période d'affluence, ils représentent un super moyen pour les consommateurs de s'amuser en patientant.
C'est suite à nos 1ères installation en France que nous avons pu mesurer correctement la rentabilité obtenue avec les Hurricane et celle-ci est très bonne. En moyenne entre 9 et 15 mois pour un retour sur investissement total dans un centre de loisirs multi-activités.
Quand on sait qu'une expertise comptable privilégie des études sur des retours sur investissement de 5 ans en moyenne, je pense que les Hurricane ont toutes leurs places dans les bowlings

Où avez-vous installé des Bumpers Hurricane dernièrement ?
Nos trois dernières installations dans des bowlings et centres de loisirs multi-activités se sont déroulées à proximité de Strasbourg, au sein du Bowling BAX, en périphérie de Mulhouse dans un centre multi-activité qui se nomme BIG LITTLE et à Saumur dans un parc nommé NEW JUMP. Les Hurricane rencontrent un franc succès**.** Nos clients sont vraiment surpris par les recettes générées par cette activité et la volonté des consommateurs de jouer plusieurs parties consécutives.

Avez-vous d'autres projets d'installation ?
Oui bien sûr, nous sommes en contact actuellement avec plusieurs bowlings et centres multi-activités. Les projets d'installation ont étés retardés par la crise sanitaire mais nous espérons qu'ils verront le jour cette fin d'année ou début 2021. Nous devrions installer entre 3 et 5 nouvelles pistes prochainement en France.

Si je suis intéressé par le fait d'installer des bumpers Hurricane, comment dois-je faire ?
C'est très simple, il vous suffit de nous contacter par téléphone au 04 74 95 13 68 ou bien par mail grâce à l'adresse suivante contact@univers-loisirs.com. Nous étudierons ensemble les possibilités d'installation des bumpers Hurricane en gardant à l'esprit deux critères :

1. L'installation doit permettre à vos clients de s'amuser comme des fous.
2. Celle-ci doit être extrêmement rentable.

Quelles formules proposez-vous à vos clients pour qu'ils puissent s'équiper de bumpers Hurricane ?
Nous sommes très flexibles. Notre but est de trouver pour le client la solution la plus adaptée à ses contraintes financières et structurelles. Nous proposons notamment:

1. des formules d'achats directs appuyées par un système de financement en 10x sans frais (valable jusqu'au 31/12/2020) ;
2. des formules de location avec option d'achat ;
3. de la mise en dépôt avec partage de recettes.

Nous pouvons même travailler en corrélation avec vos exploitants de jeux d'arcade et simulation pour leur permettre d'intégrer cette nouvelle activité à leur parc de matériels actuel. Bref vous l'aurez compris, le seul frein à l'installation des bumpers Hurricane, c'est l'envie de passer le cap !

BUMPERS CARS
HURRICANE

Parc de Loisirs Big Little (68) Wittenheim – Agence de communication MarsRouge

Univers Loisirs
Créateur d'espaces loisirs

Vous recherchez une nouveauté
qui rime avec rentabilité ?

- Attraction automatique et autonome
- Retour sur investissement rapide
- Encombrement réduit
- Excellente rentabilité par m² exploité

contact@univers-loisirs.com
04 74 95 13 68
www.univers-loisirs.com

Scannez-moi pour en savoir plus !

SD. BOWL | UN PARCOURS ENTIÈREMENT RÉFLÉCHI POUR DYNAMISER VOTRE BOWLING

Passez à la **réservation en ligne.**

Proposez un système de **réservation Bowling, Anniversaire, Laser game, VR...** Vos clients peuvent **réserver en ligne** et effectuer un **post-paiement** ou un **pré-paiement.** (avec leur carte bleue)

Attirez de nouveaux clients et apprenez à les connaître.

Installez une **borne tactile** dans votre centre et **facilitez la réservation** de vos clients sur place.

Passez **aux casiers à chaussure connectés.**

Vos clients se servent en toute autonomie leur paire de chassures, nettoyées au passage par notre **technologie à UV Clean'Bowl.**

SD. SENSDIGITAL®

www.bowling.sensdigital.fr

Le Bowling digital

by SensDigital®

LE +

Des statistiques sur mesure.

Augmentez
vos commandes au bar.

Disposez des **tablettes** aux pieds
des pistes ou dans les espaces de consommation
pour inciter vos clients à **commander et payer**
depuis leur piste pendant leur partie.

POUR PLUS D'INFORMATIONS, CONTACTEZ :

M. Xavier SPINA - Directeur commercial
06 45 08 84 22 | x.spina@sensdigital.fr

Sur le Web

Up2play.fr

Ouvert le 9 juillet dernier, le centre de loisirs **Up2play** des Sables d'Olonnes est bien plus qu'un bowling. En effet le nombre d'activités "annexes" est aussi longue qu'une journée avec un masque "anti-covid" sur le visage. Trampoline Parc, Escape Game, Réalité virtuelle, Kids Parc, Billard & jeux d'arcade et.. Vague de surf in-door (oui vous avez bien lu !).

Le moins que l'on puisse dire, et on tombe forcément dans l'euphémisme, c'est qu'au Up2Play on ne risque pas de s'ennuyer. Indépendamment de tout cela, le site Internet est bien sur à la hauteur puisque l'on en ressort sans la moindre question supplémentaire ; chaque aspect indispensable y est abordé, le tout, bien sur, "mobile-friendly" (c'est à dire un site s'adaptant au support sur lequel vous le consultez : écran d'ordinateur, tablette ou smartphone) ... Une page Facebook, régulièrement renseignée (comme il se doit), vient en complément pour parfaire l'ensemble. Pas de critique à formuler je vous dis !

https://www.facebook.com/up2playlessablesdolonne

SHOPPING

Une chemise de bowling vraiment sympa !

Attention, produit en vente sur Internet donc Bowling News Business rejette toute responsabilité en cas de problème de qualité ou de livraison (ou autres ;-)...

https://alohazing.com/products/3d-bowling-hawaii-shirt

De la taille S à 5XL : 39,99 $ + 6,99 $ de frais de transport
(produit en provenance des USA, et, surement, fabriqué... "autre part")

VITE DIT

Le bowling aux JO en 2028 ?

En 2015, un sondage du très sérieux Wall Street Journal titrait : « ***la popularité du bowling est au top ! Et si le bowling devenait vraiment un sport olympique aux JO de Tokyo de 2020***».
Le bowling faisait alors partie des huit sports présélectionnés par le Comité Olympique aux cotés du roller, karaté, squash, escalade, surf, softball féminin et wushu (un art martial chinois). Vous connaissez la suite : le bowling a été recalé et espérait se refaire à l'occasion des JO de Paris en 2024. Le Comité d'Organisation a tranché début 2019 en proposant cette fois officiellement : l'escalade, le surf et le skateboard. Exit donc le billard, le ski nautique, la pelote basque, le breakdance (!), le vol en soufflerie (!), le tir à la corde (re !!), la course d'orientation (re-re !!) et... Le bowling. Alors le bowling aux JO en 2028 !?!... Sera-t-il seulement présélectionnés ?

LOS ANGELES
OLYMPIC GAMES 2028

56e Coupe du Monde QubicaAMF

QUBICAAMF BOWLING WORLD CUP

Dans un communiqué de presse en date du 18 août dernier (mais anticipé par la plupart des observateurs) **QubicaAMF** et **World Bowling** annoncent que la date de la 56e Coupe du Monde 2020 était repoussée à octobre 2021. En revanche le pays hôte lui n'a pas changé et reste le Koweit.

Compétition en "Strings" aux USA

Alors qu'en France le nombre de pinspotters à ficelles ne cesse d'augmenter dans une proportion jamais vue auparavant et que, de fait, la FFBSQ commence à se poser la question de savoir si oui ou non des compétitions sur des pistes uniquement équipées de ce type de requilleurs ne seraient pas envisageables ; aux Etats-Unis un premier tournoi sur des pistes équipées de pinspotters ficelles et de pinspotters "classiques" a été organisé le 25 juillet à Naples en Floride.

QUBICAAMF
"SOME STRINGS ATTACHED" INVITATIONAL
The World's First Combination String and Free-Fall Tournament

IAAPA EXPO

Y'aura pas de IAAPA

Après l'annulation du salon **IAAPA Europe** de Londres initialement prévu du 21 au 24 septembre et reporté à septembre 2021 à Barcelone, Espagne ; Le **IAAPA Expo** prévu du 16 au 18 novembre à Orlando, Floride se voit lui aussi reporté du 16 au 19 novembre 2021.

SPEED Park®

CONNAISSEZ-VOUS UNE ENSEIGNE OÙ LA RÉUSSITE EST ASSURÉE ? NOUS OUI !

ASSOCIEZ-VOUS à la marque leader du loisir indoor urbain

LES GARANTIES DU SUCCÈS

→ *Un métier d'avenir avec une forte croissance*

→ *Une fréquentation d'environs 200.000 à 300.000 visiteurs par an et par complèxe*

→ *Une clientèle de particuliers mais aussi d'entreprises*

→ *Aucune concurrence par des grands groupes ou internet*

CRÉONS ENSEMBLE VOTRE PLUS BELLE RÉUSSITE

- *11 complexes en france existants*
- *Plusieurs années de savoir-faire*
- *Un suivi de tous les instants*
- *Des marges exceptionnelles*
- *Un concept parfaitement rodé*
- *Un retour sur investissement rapide*
- *Une marque connue et reconnue*

KARTING · BOWLING · LASER · BILLARD · ARCADE · BAR · PLAINE DE JEUX · SNACK /RESTO

00 352 661 702 000
clansworld.sp@gmail.com

WWW.SPEEDPARK.FR

NOS PERSPECTIVES :

EUROPE : Madrid - Bruxelles - Luxembourg - Lisbonne...

NATIONAL : Brie Comte Robert - Saint-Quentin-en-Yvelines - Clayes-Souilly - Strasbourg - Caen - Sarcelles...

Impression © EFIC - 03 44 59 31 81