

The Business of **CURLING**

Le curling, nos affaires

SEPTEMBER/OCTOBER SEPTEMBRE/OCTOBRE 2000

**A TALE OF TWO
CURLING CLUBS**
Meeting the
contemporary demands
of a traditional sport

**CASHING IN ON
FUND DEVELOPMENT**
Giving an economic
boost to grassroots
initiatives

**VOLUNTEER
OF THE YEAR**
Recognizing the best
from Canada's
curling clubs

**KNOWING ALL THE
ANGLES** Linda Moore's Curling
Strategy Beyond the Ice

VU TOUS LES ANGLES
La stratégie de Linda Moore au-delà de la patinoire



The Official Publication of
the Boards of Directors of
Canadian Curling Clubs

September/October 2000 Volume 1 Number 2

Publisher

Gladwyn Nickel

Editorial Director

Danny Lamoureux, Manager of Curling Club Development, CCA

Editor

Jamie Parcels

Contributing Writers

Bruce Deachman, Danny Lamoureux, Ann Drummie, Leslie Kerr

Art Direction & Design

Melanie Matheson / PrintWest

Production Manager

Gloria Nickel
augprod@escape.ca

Administration Manager

Elaine Cewick

Advertising Sales

Grant Crosbie, Aubrey Greenberg, Sherralee Hoepfner, Allan McAteer, Sailesh Merhta,

Cover Photo

Michael Burns Photography Ltd.

Published three times a year by August Communications Ltd. for the Canadian Curling Association.

For advertising and editorial inquiries contact:

Head Office
200-388 Donald Street
Winnipeg, Manitoba R3B 2J4
Toll Free: 1-888-573-1136
Fax: 204-957-0217
E-mail: augprod@escape.ca
Web site: www.august.ca

The Business of Curling subscriptions available for \$20.00/year or \$30.00/2 years.

President, Canadian Curling Association Zivan Saper

2000 August Communications Ltd.
All rights reserved. The contents of this magazine may not be reproduced, in whole or in part, without the prior written consent of the publisher.

Canadian publications mail product sales agreement number: 1673076

Printed in Canada

Postage paid at Winnipeg.
Postmaster: send address changes to
Winnipeg Office.

The Business of Curling Sept/Oct 2000



Cover Feature

5 Come Out and Play

Former world champion Linda Moore has transcended beyond the ice to apply her expertise to the development of a strategic business plan designed to assist curling clubs and help the sport grow.

By Bruce Deachman

En couverture

6 Viens jouer avec nous

L'ancienne championne du monde Linda Moore met son expertise en dehors de la patinoire au service du sport en mettant au point un plan stratégique qui aidera les clubs de curling.

Par Bruce Deachman

Features

8 A Tale of Two Curling Clubs

The Montreal Thistle Curling Club: A Sign of the Times

The Montreal Thistle Curling Club has witnessed numerous changes during its 156-year history. Once a centre of activity, the club eventually began to feel the effects of increased taxation and a general switch in the attitudes and interests of society.

By Ann Drummie

The Atikokan Curling Club: Little Falls Finds Big Inspiration in Future Developments

Like many other curling clubs across the country, the Little Falls Recreation Centre is today a mere shadow of its former self. Plagued by numerous factors that have contributed to severely decrease the number of those participating in the game, board members have made immediate plans for the long-term future and continued health of the centre.

By Leslie Kerr

11 Cashing in on the CCA's Curling Development Fund

The Canadian Curling Association has developed a fund designed to assist clubs in generating a few more dollars into promoting their new programs for the next curling season. There are, however, certain guidelines to which all clubs must adhere in order to qualify for funding.

By Danny Lamoureux

Departments

4 President's Message/Message du président

Using the *Business of Curling* magazine and the three-phase Business of Curling Program, we intend to share new solutions to assist you in improving the way you do business.

12 The Last Word

National Curling Club Volunteer of the Year Award

The Canadian Curling Association is pleased to announce the creation of a National Volunteer-of-the-Year Award designed to recognize the hard working and dedicated individuals comprising today's curling clubs.

By Danny Lamoureux

13 Membership Association Directory

A complete list of the various association members.

14 CCA Board & Administration

One of the hurdles facing the sport of curling today is the development or creation of an effective communication program between the governing associations, the more than 1,000 Canadian curling clubs and almost 900,000 regular participants.

At the grassroots or club level, the sport's day to day operations are managed by autonomous and independent Boards of Directors. Therefore, while curling clubs are all in the same business with virtually the same organizational structures, they tend to operate in a vacuum. To use a very old cliché, they are forever "re-inventing the wheel."

Clubs design their own membership databases (in many cases – it's names on paper!); they do their own financial statements using, in many cases, a knowledgeable volunteer, or some type of software; they jury-rig some form of inventory or stock control; and they create league scheduling often by trial and error. Our clubs are not pre-historic; they are simply volunteers trying to run a small business in their spare time.

The vision of the *Business of Curling* magazine is to connect with Canadian curling clubs in a more structured manner. With the advent of new technologies, there exist numerous practical solutions available to assist our clubs in the area of small business. Using this publication and the three phase Business of Curling program, we intend to share these new solutions and other business-side ideas with you to help improve the way you do business.

Using the *Business of Curling* magazine as a communication tool will allow the Canadian Curling Association and the provincial/territorial member associations to help the business operations of our member clubs and accelerate the delivery of our mission statement: to recruit, retain and advance participants to grow our sport!

I encourage you to read "The Last Word" located on page 12 of this magazine. It is about a new national award developed by the CCA to honour our curling club volunteers. The annual Volunteer-of-the-Year Award will not only recognize a single individual, it will create an awareness of the numerous people who dedicate much of their winter months to the operation of their curling clubs. This award is one way for us to thank all of you.

Finally, when your member association offers a Business of Curling workshop, I encourage you to participate. During the past 18 months, 132 clubs have participated in Phase 1 and 31 clubs have taken the Phase 2 strategic planning workshop. The results are encouraging as clubs continue to break from tradition and incorporate new ideas for business development.

We trust you will find the information useful and we look forward to your comments.

Enjoy the magazine!

Zivan Saper

Zivan Saper
President, Canadian Curling Association



L'un des obstacles auquel fait face le sport du curling aujourd'hui est l'élaboration ou la création d'un programme de communication efficace entre les associations directrices de sport, le millier de clubs canadiens de curling et presque 900 000 participants réguliers.

Au niveau de la base ou du club, les opérations quotidiennes du sport sont gérées par des conseils d'administration autonomes et très indépendants. Par conséquent, tandis que les clubs de curling ont tous le sport à cœur avec des structures organisationnelles presque identiques, dans une large mesure ils fonctionnent dans le vide. Pour se servir d'un très vieux cliché, ils ne cessent de «réinventer la roue».

Les clubs conçoivent leurs propres bases de données sur les membres, ils préparent leurs propres états financiers à l'aide, dans bien des cas, d'un bénévole bien informé ou d'un type quelconque de logiciel, ils créent une sorte de contrôle des stocks et ils dressent les horaires de ligues souvent par tâtonnement. Nos clubs ne sont pas préhistoriques; ils sont simplement composés de bénévoles qui essaient de faire fonctionner une petite entreprise pendant leurs moments de loisir.

La vision de la revue *Le curling, nos affaires* est d'établir une relation plus structurée avec les clubs canadiens de curling. Avec l'avènement de nouvelles technologies, il existe de nombreuses bonnes solutions qui peuvent aider nos clubs dans le domaine de la petite entreprise. À l'aide de cette publication et du programme, à trois phases, *Le curling, nos affaires*, nous avons l'intention de partager ces nouvelles solutions et d'autres idées de gestion pour vous aider à améliorer votre façon de faire les choses.

L'utilisation de la revue *Le curling, nos affaires* comme outil de communication permettra à l'Association canadienne de curling et aux associations membres provinciales et territoriales de faciliter les opérations de gestion de nos clubs membres et de façon plus importante, d'accélérer l'exécution de notre énoncé de mission, c'est-à-dire de recruter, de garder et de faire progresser les participants pour assurer la croissance de notre sport!

Je vous encourage aussi à lire l'article intitulé « The Last Word » au dos de cette revue. Il porte sur un nouveau prix national élaboré par l'ACC pour honorer les bénévoles des clubs de curling. Le prix annuel du bénévole de l'année non seulement reconnaîtra une seule personne, mais sensibilisera à la foule de gens qui vouent presque tous leurs mois d'hiver au fonctionnement de leurs clubs de curling.

Enfin, lorsque votre association membre offre un atelier sur *Le curling, nos affaires*, je vous encourage à y assister. Au cours des 18 derniers mois, 132 clubs ont participé à la phase 1 et 31 clubs ont pris part à l'atelier de planification stratégique de la phase 2. Les résultats sont encourageants : des clubs rompent avec la tradition et utilisent de nouvelles idées pour aider à développer leur organisation.

Bonne lecture!

Zivan Saper

Zivan Saper
Le président, Association canadienne de curling



COME OUT AND PLAY

Curling Welcomes Newcomers of All Ages

BY BRUCE DEACHMAN

The coincidence of the initials is just that; a coincidence – some bit of seren-dipitous happenstance that is only now evident because of the job that Linda Moore has done for the sport of curling.

No, the “BC” in Curl BC doesn’t stand for the Business of Curling. But it could.

Moore knows the angles of curling, both from within the lines painted on the ice and from the outside, looking in. In three consecutive years in the 1980s, she skipped teams at the Scott Tournament of Hearts, never finishing lower than third. In her second year there, 1985, her B.C. team of Lindsay Sparkes, Debbie Jones and Laurie Carney won the national women’s title, and went on to claim the world crown.

At the 1988 Calgary Olympics, she skipped Canada to another world title, as curling took part in the winter games as a demonstration sport. Then – at perhaps the peak of her career – she retired and took up the microphone in TSN’s broadcast booth.

At the time, Moore had been getting more involved with Curl BC, an organization of which she is now the executive director. Curl BC is essentially an umbrella organization that oversees the marketing and technical arms of the three British Columbia associations affiliated with the Canadian Curling Association. Those three are the Pacific Coast Curling Association, which looks after Mens’ curling in the lower mainland and on Vancouver Island, the B.C. Interior Curling Association, which does the same for men’s curling in the rest of the province (except, curiously, the Peace River area which – due to its location – affiliates itself with Alberta), and the B.C. Ladies’ Curling Association,

which covers women’s curling in the entire province.

Originally called the Curling Council, Curl BC was created because the government didn’t want representation from more than one group. “Our mandate,” says Moore, “is the development of the strategic and business plan for all of curling. From that, we integrate both the marketing end, where we create programs to get new curlers into the sport, as well as the technical side, where we train instructors, coaches, officials and icemakers.

“So our mandate is really to help curling clubs, and we do all the various things around that; things that will assist them in helping the sport grow.”

In her fourteen years with Curl BC, Moore admits that she’s tried many ways to provide that assistance to the province’s clubs. One of the first things that she did was to create club-management seminars, which have effectively become the Business of Curling seminars now utilized by the CCA.

More recently – and just prior to the CCA taking it up – Curl BC developed a fund to provide assistance to clubs. “We turned it back to the clubs,” Moore explains. “In certain parts of the province, they can’t fit another body in, so they have certain needs. But in some other parts, they need to bring in new people. So instead of saying that we’re going to determine strategies for the whole province, we now say that we will train clubs. We will provide resources to clubs – both financial and human – in the way of resource people.”

She continues, “We will also provide funds, but (the clubs) have to say to us what their goals are and how they will achieve them. And then all of those things are avail-

able to them. The development fund is the final piece. If they determine, for example, that mixed curling is a priority and that is their target market, then they establish their promotional campaign and decide how they want to spend their money. Then they apply for it.”

Before applying, however, Moore admits



**EXECUTIVE TRAVEL
(LONDON) LIMITED**
and
Ford

LAUSANNE 2001
FORD WORLD CURLING
CHAMPIONSHIPS

Present a 10 Night Package to
Lausanne, Switzerland
March 30 - April 9, 2001

Also Available
Tour of Germany
March 26 - 30, 2001
Tour of France / Italy / Austria
April 9 - 15, 2001
Presented by **GLOBUS**

For more information please contact



**EXECUTIVE TRAVEL
(LONDON) LIMITED**

529 Richmond Street, London, ON N6A 3E8
Tel: 519-433-5171
Toll Free: 1-800-844-CURL (2875)
Fax: 519-433-7398
E-mail: exctrav@execulink.com
www.curlingworld.com
Ontario Reg. No. 1086995

that they prefer clubs to first take a seminar, which Curl BC makes available upon request. That way, she says, they understand the planning process and hear the ideas that have worked across the country.

Moore also adds that there is rarely one simple solution that will solve a club's problems. To that end, Curl BC strongly believes in the integration of marketing with technical development. For years, she points out as an example, Curl BC was training coaches and instructors on the one hand, and trying to tell clubs how to bring in new members on the other. But the two, she claims, are inseparable; the integration of new people into the sport involves some form of trial opportunity on the ice, and that requires instructors.

"For the first level of coach/instructor training," she says, "the Level 1 Technical, we have integrated a one-hour module that goes over all of the programs we run, including our marketing development. We also do some brainstorming with the clubs about bringing new people into the sport, because they are our front-line in that area.

"Then when we do the Business of Curling seminars, we talk about the need for instructors that are not necessarily highly certified ones, but people that are prepared to do the instruction for new people so that it is a successful experience, so people will return."

Moore considers the marriage of curling's marketing and technical aspects as one of Curl BC's biggest successes, and is currently working at taking the process one step further. After attending a CCA conference last year and listening to a proposal for curling SWAT teams – marketing teams that would help clubs in trouble – she came up with a slight twist on the idea: SCAT.

"So our mandate (Curl BC) is really to help curling clubs, and we do all the various things around that; things that will assist them in helping the sport grow."

—Linda Moore

"They're Special Curling Action Teams," she explains, "which consist of a person in every program area. In a region, we would have a marketing expert, a coach, an official and an icemaker – all of whom could be accessed by clubs, depending on each club's needs."

Because of changing demographics, Moore sees considerable growth potential now for curling and its clubs. "You can talk about 'Boom, Bust and Echo' and (author David Foot) saying that you shouldn't build any more hockey rinks – that they should all be curling rinks because of the aging population," she says. "But I think that the other thing that's working so well in our province and other places is the youth program. We have both the 'Getting Started' program that the CCA runs, and our own program in B.C., called the 'Premiere Sports Awards Program.' We've seen a huge number of kids come into these programs, and I think it's wrong to say that just because of changing demographics that we're going to see curling grow in the future.

"You have youth programs, family programs, couples who have so little time nowadays can play in mixed or open leagues. I think curling has a great future because of all those things."

Bruce Deachman is a writer for the Ottawa Citizen.

VIENS JOUER AVEC NOUS

De nouveaux
participants de
tout âge se mettent au curling

PAR BRUCE DEACHMAN

Le curling canadien est redevable à Linda Moore qui, depuis plus d'une décennie, se consacre au développement d'un sport qui exerce de l'attrait aussi bien auprès des jeunes que des moins jeunes.

Linda Moore connaît toutes les facettes du curling, aussi bien sur la glace que la gestion associative du sport. Pendant trois années consécutives dans les années 80, son équipe, qui participait au Scott Tournament of Hearts, s'est classée parmi les trois premières année après année. Au cours de sa deuxième saison, en 1985, son équipe de la Colombie-Britannique, composée de Lindsay Sparkes, Debbie Jones et Laurie Carney, a gagné le titre national féminin, puis remporté le championnat du monde.

Lors des Jeux olympiques de Calgary en 1988, elle était capitaine de l'équipe canadienne qui a remporté l'or — le curling était inscrit au programme des Jeux à titre de sport de démonstration. Finalement, au terme de sa carrière en compétition active, elle est devenue commentatrice au réseau des sports TSN.

À cette époque, Linda Moore s'est impliquée de plus en plus auprès de l'organisme Curl BC, dont elle est maintenant le directeur exécutif. Curl BC est un organisme qui chapeaute la mise en marché et le support technique des trois associations de curling de la Colombie-Britannique affiliées à l'Association canadienne de curling, soit le Pacific Coast Curling Association, qui s'occupe du curling masculin dans la région du delta et de l'île de Vancouver; le B.C. Interior Curling Association, qui supervise le curling masculin dans le reste de la province (sauf, curieusement, la région de Peace River qui, en raison de son isolement, s'est associée à l'Alberta) et finalement, l'association du curling féminin de la C.-B., qui régit le curling féminin dans l'ensemble de la province.

Appelé à l'origine le Curling Council, Curl BC a été créé à la demande du gouvernement qui voulait que le sport ne soit représenté que par un seul groupe d'intérêt. «Notre mandat, explique Linda Moore, vise à la fois le développement stratégique et commercial du curling. Nos programmes de marketing visent le recrutement de nouveaux membres, alors que du côté technique, nous voyons à la formation de moniteurs, d'entraîneurs, d'arbitres et de spécialistes de la glace artificielle.

«Notre mandat consiste en bout de compte à assister les clubs

de curling en faisant tout ce qui est possible pour les aider à accroître leurs effectifs.»

Au cours des quatorze années passés à Curl BC, Linda Moore avoue qu'elle s'y est prise de bien des manières pour fournir ce genre de soutien aux clubs de la province. Une de ses premières réalisations a été la mise sur pied de séminaires sur la gestion de clubs, une formule que l'ACC a adoptée.

Plus récemment — et juste avant que l'ACC ne s'y mette — Curl BC a créé un fonds d'assistance aux clubs. «Nous nous en sommes remis aux clubs, explique Linda Moore. Dans certains coins de la province, ils sont à capacité tandis qu'ailleurs, il leur faut de nouvelles recrues. Alors, plutôt que de déterminer des stratégies pour l'ensemble de la province, nous avons opté pour la formation dans les clubs. Nous fournissons aux clubs une assistance à la fois financière et humaine sous la forme de personnes-ressources. Nous fournissons aussi des fonds, mais les clubs doivent d'abord déterminer leurs objectifs et comment ils comptent les atteindre. Le fonds d'assistance aux clubs constitue l'étape ultime.

«Ils établiront peut-être qu'ils veulent faire des ligues mixtes une priorité et qu'il s'agit là de leur marché cible : une campagne promotionnelle devra être préparée à cet effet. C'est à eux de décider comment ils veulent dépenser leur argent et de soumettre une demande d'assistance financière qui correspond à ces objectifs.»

Linda Moore explique que les clubs qui comptent faire une demande devraient, au préalable, participer à un séminaire sur la gestion de clubs offert sur demande par Curl BC. C'est l'occasion d'en apprendre plus long sur le processus de planification et sur les solutions gagnantes qui ont été implantées par des clubs des différentes régions du pays.

Elle ajoute qu'il n'existe pas de solutions toutes faites qui résoudre tous les problèmes vécus par un club. En effet, Curl BC croit fermement à l'intégration des aspects de la mise en marché du curling et de son développement technique.

Depuis plusieurs années, Curl BC s'est appliqué à former des entraîneurs et moniteurs d'une part et, d'autre part, essayait d'expliquer aux clubs comment recruter de nouveaux membres.

Elle assure toutefois que les deux éléments sont inséparables. La seule façon d'intéresser les gens au curling, explique-t-elle, c'est de leur donner la chance de se familiariser avec l'activité sur un terrain de curling, et pour cela, il faut des moniteurs.

«Pour la formation technique des entraîneurs et des moniteurs de premier niveau, explique-t-elle, nous avons intégré un module d'une heure, module qui décrit l'ensemble des programmes que nous offrons, y compris notre programme de mise en marché. Nous faisons aussi des séances de remue-méninges avec les clubs afin d'établir des façons de recruter de nouveaux participants.»

«Nous savons qu'il existe un besoin pour des moniteurs qui interviendront auprès des débutants de sorte qu'ils ne soient pas intimidés et qu'ils aient le goût de revenir.»

Linda Moore considère que l'une des grandes réussites de Curl BC a été de savoir conjuguer les aspects techniques du curling à une mise en marché efficace et elle compte rendre la démarche encore plus efficace.

Après avoir assisté à une conférence de l'ACC l'an dernier au cours de laquelle il avait été proposé de créer des équipes volantes de marketing dont le rôle serait d'aider les clubs de curling en difficulté, elle a eu l'idée mettre sur pied un programme semblable à quelques différences près.

«Ils établiront peut-être qu'ils veulent faire des ligues mixtes une priorité et qu'il s'agit là de leur marché cible : une campagne promotionnelle devra être préparée à cet effet. C'est à eux de décider comment ils veulent dépenser leur argent et de soumettre une demande d'assistance financière qui correspond à ces objectifs.»

— Linda Moore

«Nos équipes volantes spéciales, explique-t-elle, sont constituées d'experts dans leur champ respectif. Par exemple, dans une région donnée, nous avons un expert de la mise en marché, un entraîneur, un arbitre et un spécialiste de la glace artificielle. Les clubs peuvent ainsi faire appel à l'expert le mieux habilité à répondre à leurs besoins.»

En raison des changements démographiques, madame Moore observe un potentiel de croissance considérable aussi bien pour le sport lui-même que pour les clubs de curling. «Dans son livre "Boom, Bust and Echo", l'auteur David Foot avance qu'il ne devrait plus se construire de patinoires pour le hockey. Il dit que l'on devrait plutôt construire des terrains de curling en raison de la population vieillissante. Je crois cependant que les programmes pour les jeunes ont un impact non négligeable aussi bien dans notre province qu'ailleurs.»

«Nous offrons présentement deux programmes d'initiation, celui de l'ACC et notre propre programme. La participation des enfants à ces programmes d'initiation est telle que je crois que l'on a tort d'associer l'augmentation de la participation au curling à une simple question de changements démographiques.»

«Il y a des programmes pour les jeunes, pour la famille, pour les couples qui ont si peu de temps de nos jours pour jouer dans des ligues ouvertes ou mixtes. Pour toutes ces raisons, je suis convaincue que l'avenir du curling est assuré.»

Bruce Deachman écrit pour le Ottawa Citizen.

