

# PRÉSENTATION ÉTUDE DU PUBLIC 15-30 ANS

Yannick GRELIN

13/02/20, Aix les bains

# Enquête client mystère étudiant bilan :



Des offres très différentes d'un club à un autre.

Une volonté pas toujours présente d'accueil des plus de 18 ans de la part des clubs.

Des clubs difficiles à contacter par téléphone

Une position passive de la part des clubs

# Une offre sportive attractive pour notre cible c'est quoi ?



- De nombreuses plages horaires



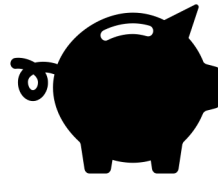
- Des offres sous forme de pack



- Une offre multi-supports



- Une école de voile adulte



- Un avantage tarifaire pour la population cible

# Caractérisation des publics

## 15 – 18 ans

- Lycéens, recherchent une pratique de groupe encadrée et un accompagnement pour leurs performances sportives, sensibles aux numérique.

## 19 – 21 ans

- Etudiant en BAC +1,2,3 , recherchent une pratique sportive pour évacuer la pression des études, la notion de plaisir et de convivialité est très importante pour eux. Sensibles aux prix de l'offre de pratique.

## 22 – 25 ans

- Etudiants en master ou dans la vie active, recherchent une expérience hors du commun, ils délaissent les pratiques de compétitions au profit des pratiques de groupes ludiques. Sensibles à la nature et aux problèmes environnementaux.

## 26 – 30 ans

- Dans la vie active, ils recherchent une expérience sportive en collectif avec leurs proches ,toujours à la recherche de challenges, ils sont sensibles aux évènements de grandes envergures dans lesquels ils peuvent se confronter aux autres.

→ Définir des actions pour répondre au mieux aux attentes des pratiquants au fur et à mesure de leur développement personnel.

# Diagnostic SWOT

## Forces :

Maillage du territoire important : 59 clubs.  
Sport de plein air  
Nombreux supports de pratiques  
Deux niveaux d'engagement : Compétition et loisir /Ludique  
Culture voile importante  
Sport « scolaire » pratiqué par de nombreux établissements (Classe de lac/mer en primaire et secondaire, STAPS...)

## Faiblesses :

Important temps de préparation des bateaux  
Une image élitiste de la pratique.  
Nécessité d'avoir un niveau minimum de pratique pour naviguer librement.  
Un développement du sportif trop axé sur une pratique de compétition.  
Manque d'écoles de voile adulte sur le territoire.  
Liens entre les différentes structures faibles.  
Une communauté sur les réseaux sociaux faible.  
Seulement 3 sections sportives voile sur la région.

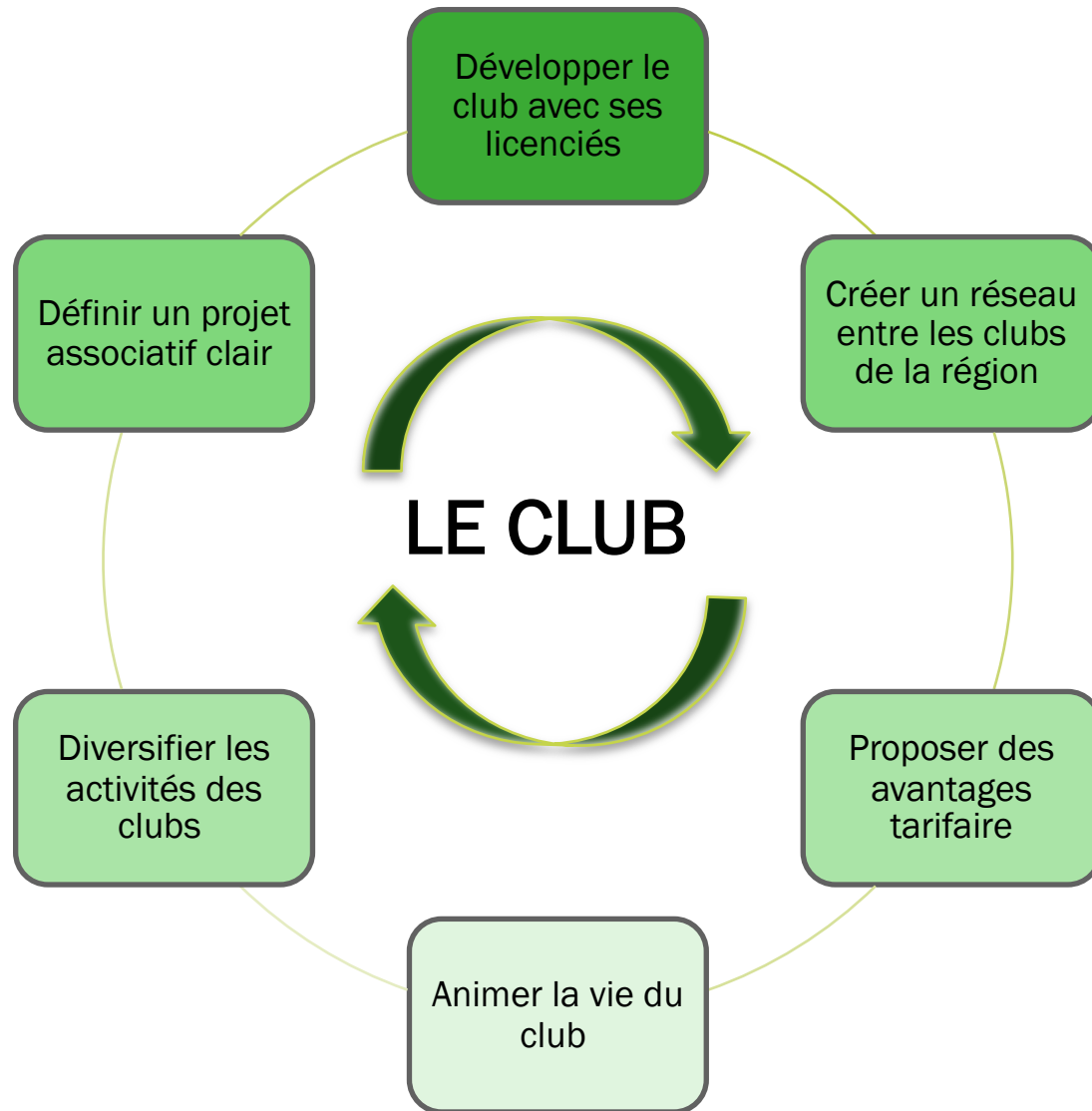
## Opportunités :

JO 2024 à Paris  
Digitalisation : Développement des plateformes numériques  
Une très bonne image de la voile en France  
Diversification de l'offre avec des nouvelles pratiques et tendances autour de la voile  
Climatique : Allongement de la saison pour les clubs avec des conditions favorables à la pratique de plus en plus importantes.

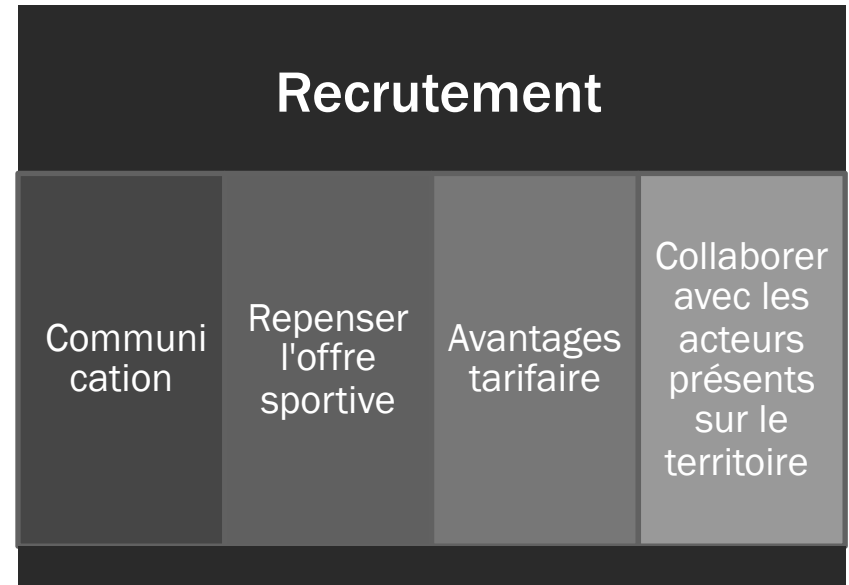
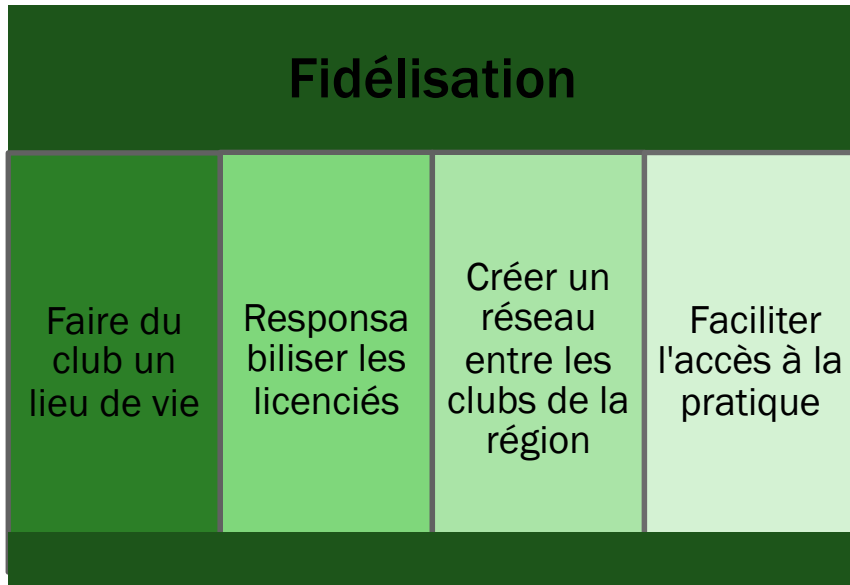
## Menaces :

Autres sports de glisse sur l'eau (Wakeboard, Ski nautique...)  
Une dynamique en baisse des pratiques de Voile sur le plan national ces dernières années.  
Pratique autonome sans passer par des clubs.  
Région peu ventée

# Facteurs clés de succès



# Les axes de développement



« Fidéliser un adhérent exige 15 à 20 fois moins d'argent et d'énergie que d'en recruter un nouveau. »

# Fidélisation :



## Faire du club un lieu de vie

- Aménager un espace pour les jeunes dans le club
- Organiser des activités extra-sportives

## Responsabiliser les licenciés

- Questionnaire pour les licenciés en fin de saison
- Proposer des améliorations
- Le sportifs doit devenir force de proposition

## Créer un réseau entre les clubs de la région

- Faciliter la pratique dans 2 clubs différents correspondant au lieu d'étude et au lieu de vie du licencié

## Faciliter l'accès à la pratique

- Développer les plateformes numériques
- Proposer un service « Clés en main » pour la pratique de voile



# Recrutement :



## Communication

- Communiquer avec les canaux adaptés pour la cible
- Développer les réseaux sociaux du club

## Repenser l'offre sportive

- Proposer différentes formes de pack
- S'adapter aux besoins des pratiquants
- Développer les nouvelles pratiques

## Avantages tarifaires

- Sectorisation tarifaire
- Attirer les jeunes avec des offres financières attractives

## Collaborer avec des acteurs du territoire

- Développer la pratique avec les établissements proche des clubs
- MJC, BDE, Scolaires, start-up...

# La suite de ma mission



Définir des actions pour chaque catégorie

Réaliser des fiches outils de plan de communication

Réaliser la plaquette finale