

ENQUETE / SONDAGE AUPRES DE PRESIDENTS DE CLUBS

Caractéristiques et état des lieux de la situation des clubs
sportifs amateurs en France



Etude réalisée par developpermonclub.fr
Décembre 2018 - Corantin DUFFAU

INTRODUCTION

Nous avons réalisé ce questionnaire dans l'objectif de mieux comprendre les préoccupations actuelles et les enjeux du développement des clubs sportifs organisés en association loi 1901. Pour cela, nous avons pris le parti de sonder les dirigeants de clubs sportifs à partir d'un questionnaire en ligne dont le protocole vous sera présenté ci-dessous. Nous avons dans un premier temps identifié les tendances générales, puis nous tenterons d'identifier des ensembles communs, ou au contraire, des différenciations en fonction du contexte (lieu, taille, nature de l'activité, etc.).

PROTOCOLE DE SONDAGE

Le questionnaire en ligne est composé de 3 parties distinctes :

- La première partie consiste à déterminer le type d'association sportive selon différents critères :
la région, la nature de l'activité, le niveau de rayonnement (local / régional / national), le nombre d'adhérents, le budget et la professionnalisation de l'encadrement.
- La seconde partie consiste à dégager les options prioritaires des structures dans leur projet associatif et à identifier les moyens de diffusion de leur identité.
- La troisième partie consiste à renseigner les freins au développement ou du moins les préoccupations des dirigeants de clubs, ainsi que leur degré d'ouverture à l'accompagnement d'organismes externes.

Notre objectif initial était de récolter une centaine de réponses au 1^{er} Décembre pour ce premier essai.

La diffusion du questionnaire a duré 1 mois et s'est effectuée via 2 canaux distincts : les réseaux sociaux (facebook) par le biais des pages d'entreprises, de groupes de discussions spécialisés, par réseaux personnels (plus de 25 000 personnes touchées avec les partages). Mais également une campagne mail marketing auprès de 2000 clubs sportifs (à partir d'une liste de diffusion spécifique). Le résultat a été un retour de 93 réponses.

D'après les résultats, nous savons que la campagne mail permet un retour 10 fois supérieur que par le biais des réseaux sociaux. Les statistiques de notre fournisseur nous indiquent un retour de 15% d'ouverture de mails, 11% d'interactions (clic) pour ouvrir le sondage et 5% de réponses sur une durée de 13 journées.

Au regard des chiffres, nous tenterons de développer des stratégies pour améliorer le taux de retour. D'une part nous ciblerons et adapterons nos envois, d'autre part, nous optimiserons la forme du questionnaire. Dans le même temps, nous établirons un rappel au bout de la 15^{ème} journée de campagne (ce que nous n'avons pas fait cette fois).

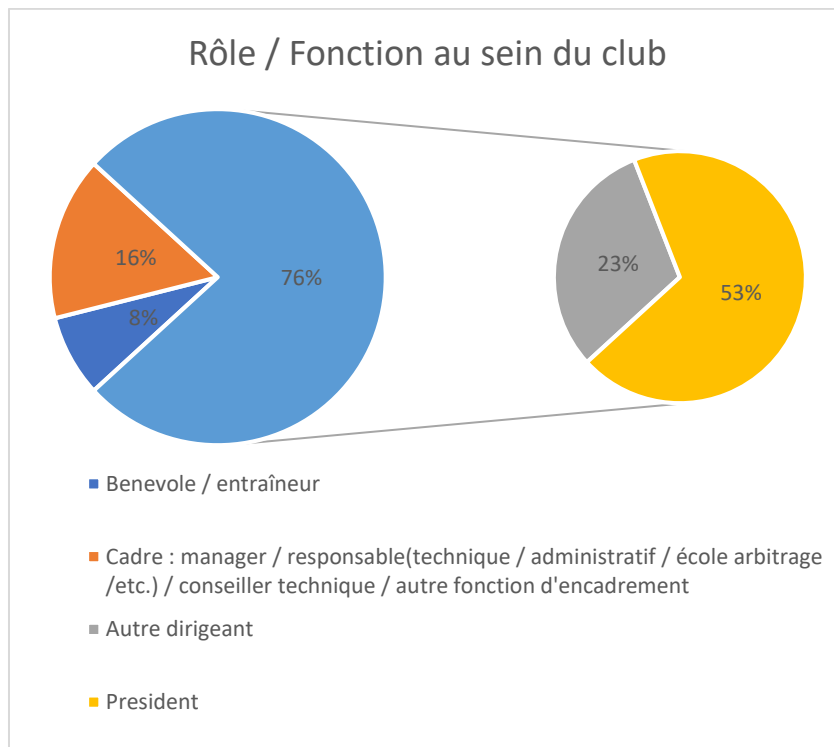
Nous espérons, en procédant de cette manière, multiplier par 2 le nombre final de réponses pour gagner en pertinence sur notre prochaine étude.

Nous vous souhaitons une bonne lecture et espérons que les éléments, ainsi que nos interprétations, contribueront par la suite à des innovations au service du développement des associations sportives.

N'hésitez pas à nous adresser un retour sur contact@developpermonclub.fr.

PREMIERE PARTIE :

Représentation du panel



Notre panel est constitué à 76% de dirigeants d'associations. Notre cœur de cible est donc majoritairement représenté.

Il convient également de souligner que les dirigeants les plus représentés au sein du sondage sont les présidents de clubs (53% du total des retours). Les autres fonctions sont généralement des membres du bureau directeur (vice-présidents, trésoriers, secrétaires).

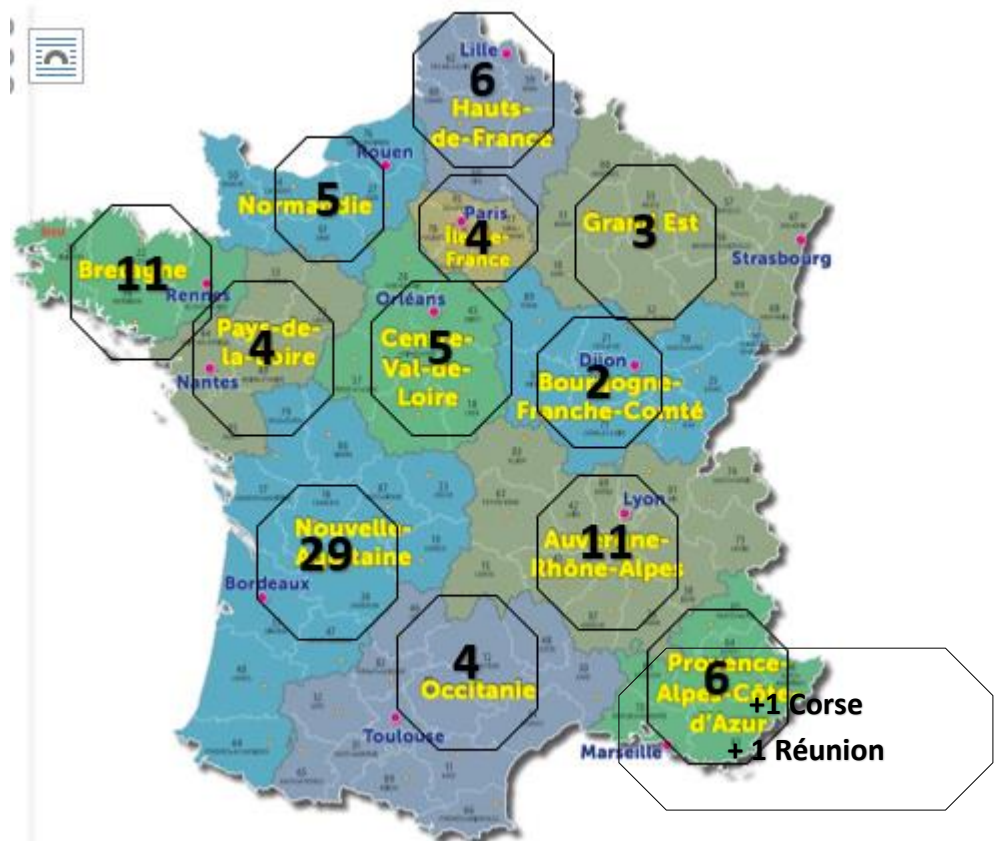
Nous avons également 16% de retours provenant de personnes occupant des fonctions de cadre au sein des structures.

Représentation par région

TOUTES LES REGIONS DE LA METROPOLE SERONT REPRESENTÉES DANS CE PANEL.

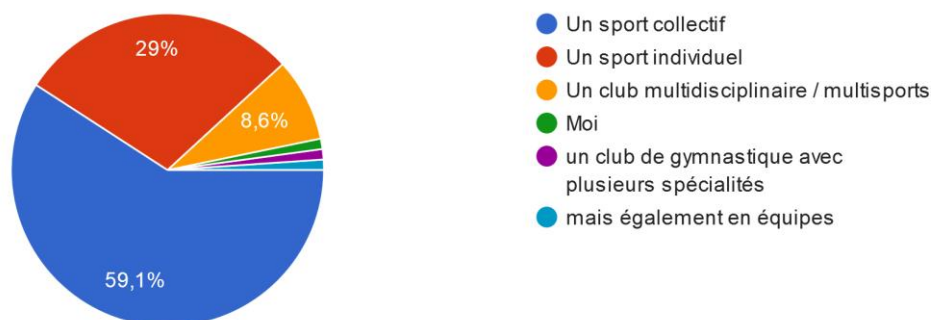
TOUTEFOIS LE GRAND OUEST A OBTENU UN PLUS GRAND NOMBRE DE RETOURS, EN PARTICULIER LA NOUVELLE AQUITAINE.

LA REPRESENTATION CLUBS SPORTS COLLECTIFS / SPORTS INDIVIDUELS/ MULTISPORTS EST RELATIVEMENT HOMOGENE AU PRORATA DU NOMBRE DE REPONSES PAR REGION.



Vous représentez

93 réponses



Envergure des clubs par type de discipline (moyenne effectuée)

TYPE D'ACTIVITE	NIVEAU DE COMPETITION	BUDGET MOYEN	NOMBRE MOYEN DE LICENCIE	NOMBRE MOYEN DE SALARIE
SPORTS COLLECTIFS	Sans compétition	20 000€	50 licenciés	0 salariés
	Départemental	50 000€	150 licenciés	0 à 1 salarié
	Régional*	120 000€	250 licenciés	1 salarié
	National	200 000€	350 licenciés	2 salariés
SPORTS INDIVIDUELS	Sans compétition	50 000€	250 licenciés	2 salariés
	Départemental	25 000€	100 licenciés	0 à 1 salarié
	Régional	25 000€	150 licenciés	0 à 1 salarié
	National*	140 000€	300 licenciés	2 à 3 salariés
	International	150 000€	300 licenciés	1 à 2 salariés
MULTISPORTS / MULTIDISCIPLINAIRES	Départemental	20 000€	150 licenciés	0 salarié
	Régional	100 000€	250 licenciés	1 salarié
	National*	80 000€	200 licenciés	2 salariés
	International	25 000€	100 licenciés	0 à 1 salarié

*Catégorie de clubs la plus représentée dans ce sondage

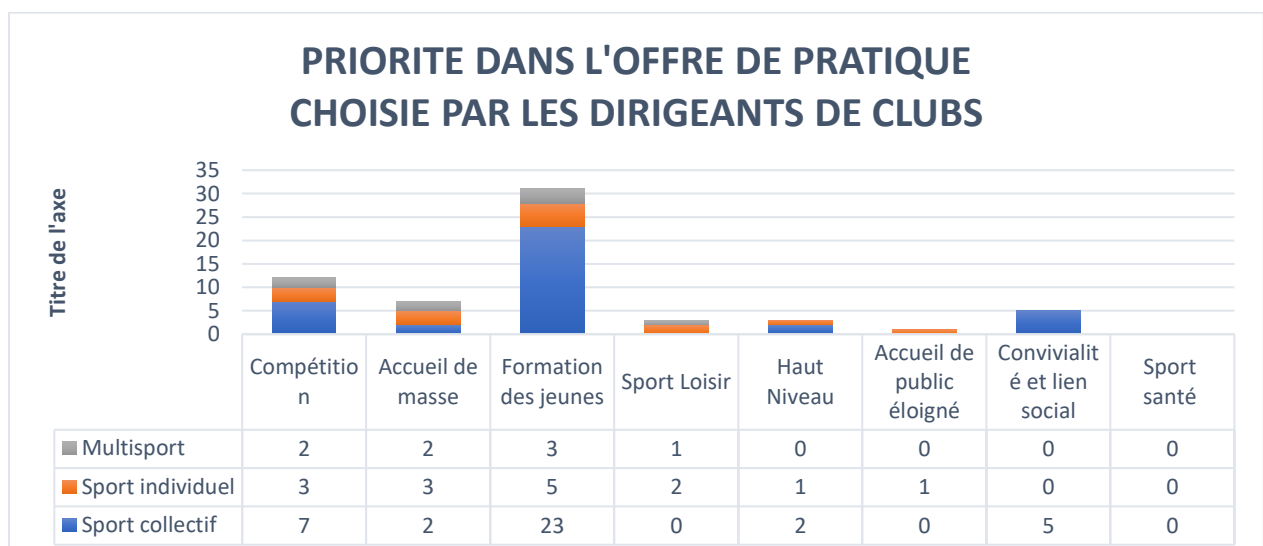
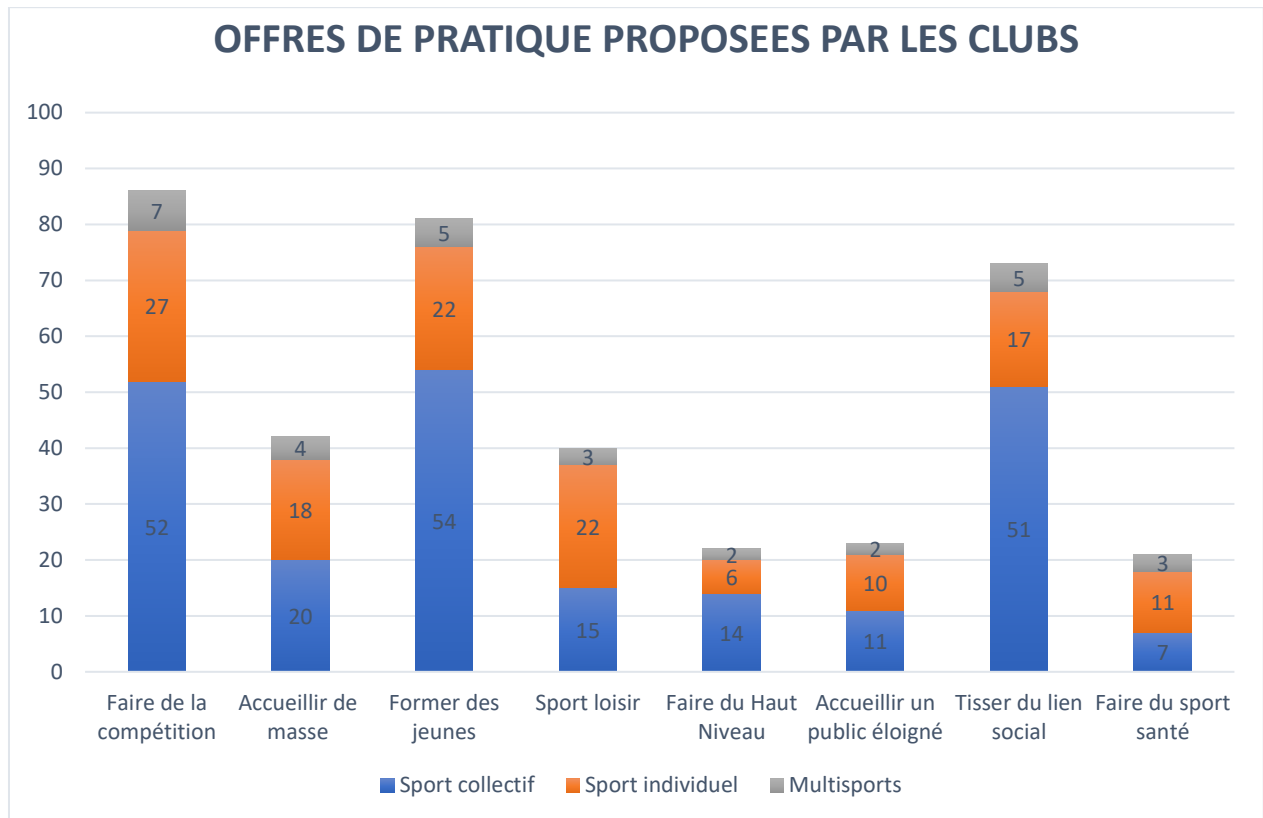
Bien que chaque club dispose de spécificités le rendant unique, notre panel et les réponses fournies nous indiquent des tendances communes entre chaque discipline :

- 1) Une corrélation entre le **nombre d'adhérents et le budget**
!!! Comprendre le budget par adhérent soit budget divisé par nombre d'adhérents !!!
- 2) Une corrélation entre le **niveau de compétition et le nombre d'adhérents**.
Attention, exception pour les sports individuels non-compétiteurs.
- 3) Une **tendance à la professionnalisation des structures en lien avec le niveau de compétition et le budget**, restant moins linéaire que les critères précédents.

Bien que ces tendances semblent logiques et interconnectées, nous restons convaincus de la singularité des structures. Chaque club dispose de son identité et de son histoire. Chaque structure est influencée également par la spécificité de sa discipline sportive et son territoire d'appartenance.

SECONDE PARTIE : LE PROJET ASSOCIATIF ET LES PRIORITES CHOISIES

OFFRES DE PRATIQUE DES CLUBS VERSUS LEURS PRIORITES_REPARTIES PAR TYPE DE DISCIPLINE (clubs sports collectifs / clubs sports individuels / clubs multisports) :



- Ces graphiques soulignent 2 tendances communes dans les clubs sportifs dans leur offre de pratique : ils font de **la compétition et forment des jeunes** ; la formation des jeunes est d'ailleurs l'engagement le plus souvent « prioritaire » des clubs.
- Bien que tous les types de clubs intègrent cette dimension dans son offre de pratique, la convivialité et **être vecteur de lien social** semblent être plus prégnants dans les sports collectifs ;
- Les sports individuels et les clubs multisports accordent, pour leur part, plus d'importance au développement **d'une offre de pratique loisir et l'accueil d'un public de masse** ;

IDENTITE VISUELLE ET MOYENS DE COMMUNICATION EXTERNE

L'IDENTITE VISUELLE DU CLUB ET AFFICHAGE

- 84.9% des clubs ont une charte graphique (couleurs) et un logo / fanion ;
- 49.5% des clubs bénéficient d'un panneau ou un espace d'affichage sur le lieu de pratique ;
- 48.4% des clubs disposent d'une boutique permettant aux adhérents de s'équiper ;
- 34.4% des clubs disposent d'une décoration et d'outils d'habillement en lien avec leur identité pour leurs installations ou leurs lieux d'événements ;

L'IDENTITE VISUELLE NUMERIQUE ET WEB

- 91.4% des clubs sont présents aujourd'hui sur les réseaux sociaux (Facebook / Instagram / Twitter / etc.)
- 82.8% des clubs disposent d'un site internet

MEDIA NUMERIQUE ET RELATION PRESSE

- 22.6% des clubs diffusent régulièrement une newsletter ou un journal
- 32.3% des clubs disposent d'une couverture médiatique régulière par la presse (presse locale)

Au regard des réponses fournies, on pourrait dire qu'aujourd'hui, **presque tous les clubs disposent d'une identité visuelle et d'une identité numérique.**

La présence sur les réseaux sociaux et les sites internet semblent être devenue une norme pour une association sportive.

En revanche, **la moitié des clubs disposent d'une boutique et de panneau ou d'espace d'affichage** dans les lieux de pratique. **Seulement un tiers des clubs dispose d'outils pour décorer** les installations et lieux de pratique.

Ces tendances nous amènent à nous questionner :

Est-ce que les clubs s'orientent en priorité sur des moyens de communication virtuels par choix ou par défaut ?

- *Manque de temps ? Manque de moyens financiers et/ou humains ? Manque de connaissances et de savoir-faire ?*

Ou bien

- *Volonté d'efficacité vis-à-vis de la stratégie de communication ? Volonté d'efficacité pour toucher un public plus large ou un public particulier ?*

Concernant les médias, seulement **un tiers des clubs dispose d'une couverture par la presse et moins d'un quart des clubs produit un média pour communiquer** sur leurs activités (type newsletter ou journal). Cela ne signifie pas que les clubs ne communiquent pas, seulement qu'ils n'investissent pas ce type de diffusion ou n'arrivent pas à susciter de l'intérêt auprès des médias qui touchent le grand public.

Encore une fois, il faut nuancer et ne pas tirer de conclusion hâtive : Est-ce un choix par défaut ou un choix délibéré dans les stratégies de communication et les investissements déployés par les structures ?

TROISIEME PARTIE : LES PREOCCUPATIONS ET LES FREINS AU DEVELOPPEMENT

CE QUE LES CLUBS VEULENT DEVELOPPER

(Classer par catégorie d'objectifs prioritaires)

TENDANCE GENERALE (Plus de 70% des clubs ont répondu...)

- Recruter de nouveaux bénévoles 79.6%
- Améliorer la formation des jeunes 78.5%
- Obtenir un ou plusieurs résultats sportifs 78.5%
- Former les encadrants 76.3%
- Développer le partenariat privé / Trouver de nouveaux sponsors 74.2%

OBJECTIFS RECURRENENTS (La moitié des clubs ont répondu...)

- Augmenter le nombre d'adhérents 60.2%
- Organiser des stages 49.5%
- Accueillir plus de pratiquantes féminines 49.5%
- Créer du lien avec le milieu scolaire 48.4%
- Augmenter son budget de fonctionnement 47.7%
- Disposer de plus de créneaux d'installation 47.4%
- Maintenir le niveau d'activité 40.9%

OBJECTIFS PARTICULIERS (moins de 40% des clubs ont répondu)

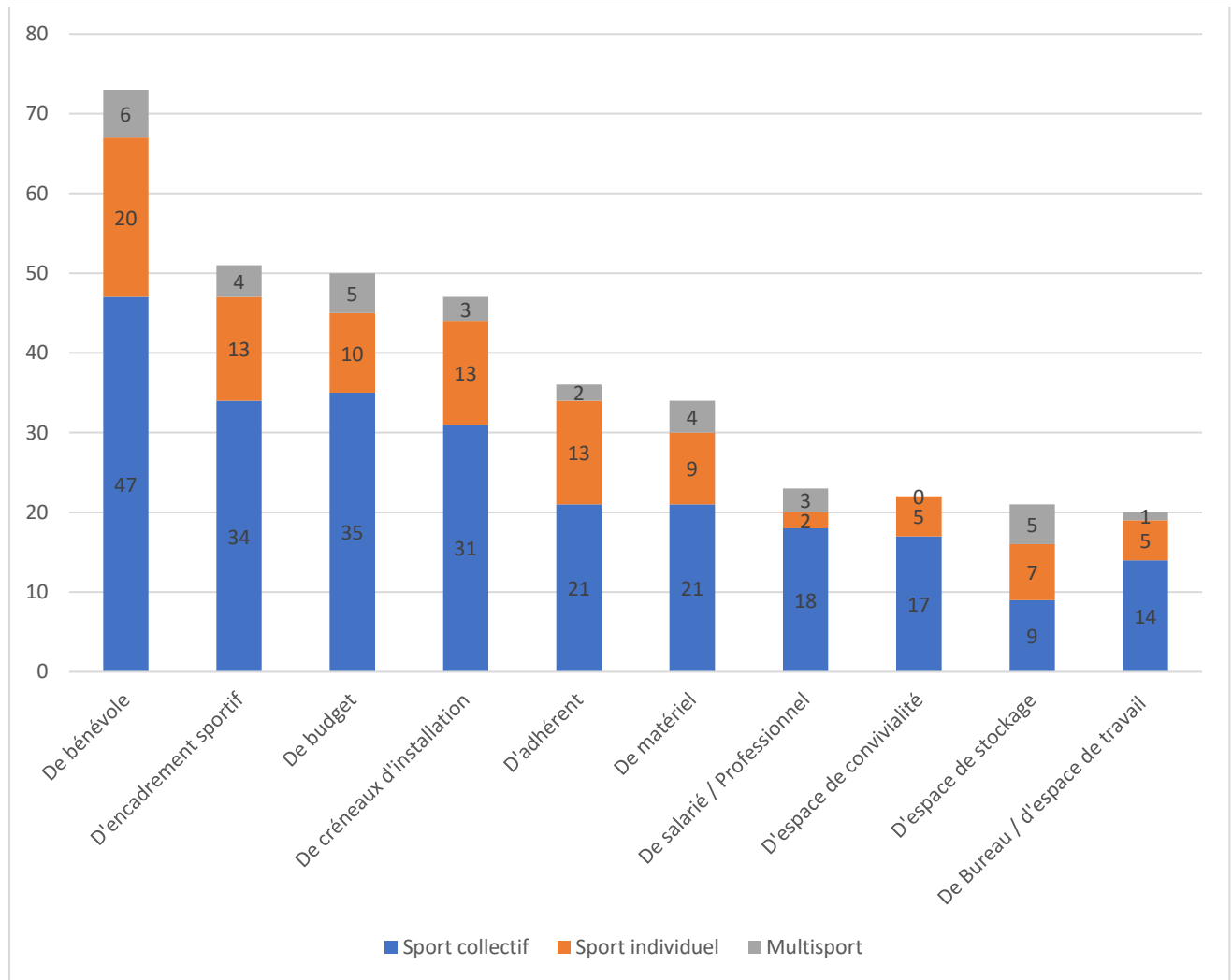
- Organiser un grand événement / une grande manifestation 32.1%
- Avoir plus de spectateurs / supporters 25.8%
- Créer un ou plusieurs emplois 17.1%
- Toucher un public spécifique (handicap / quartiers / zones rurales/ etc.) 16.1%

OBJECTIFS HORS DU COMMUN (moins de 10% des clubs ont répondu..)

- Augmenter le nombre de pratiquants masculins 1.1%
- Accueillir plus de jeunes 1.1%
- Fédérer sous une identité 1.1%

LES MOYENS QUE LES CLUBS SOUHAITENT MOBILISER

Par ordre de priorité, les clubs veulent plus de / manque de ...



Les éléments communs à tout type de discipline, d'après les retours, sont essentiellement centrés autour des ressources humaines (bénévoles et encadrants) et de la volonté de mobiliser des moyens financiers supplémentaires. Autre problématique commune, la mobilisation de créneaux supplémentaires dédiés à la pratique semble être un axe important pour les associations.

La volonté de professionnaliser l'encadrement préoccupe davantage les sports collectifs, ainsi que l'amélioration des espaces d'accueil et de convivialité mais également les espaces de travail (type bureaux/salles de réunion).

Les sports individuels et les clubs multisports semblent accorder plus d'importance au développement matériel ainsi que d'espaces de stockage. Ils sont également davantage sensibles au développement du nombre d'adhérents.

On peut déduire, avec beaucoup de précaution, que les axes de développement sont identiques pour les clubs sportifs. Toutefois, quelques spécificités semblent se dégager nous permettant de supposer que :

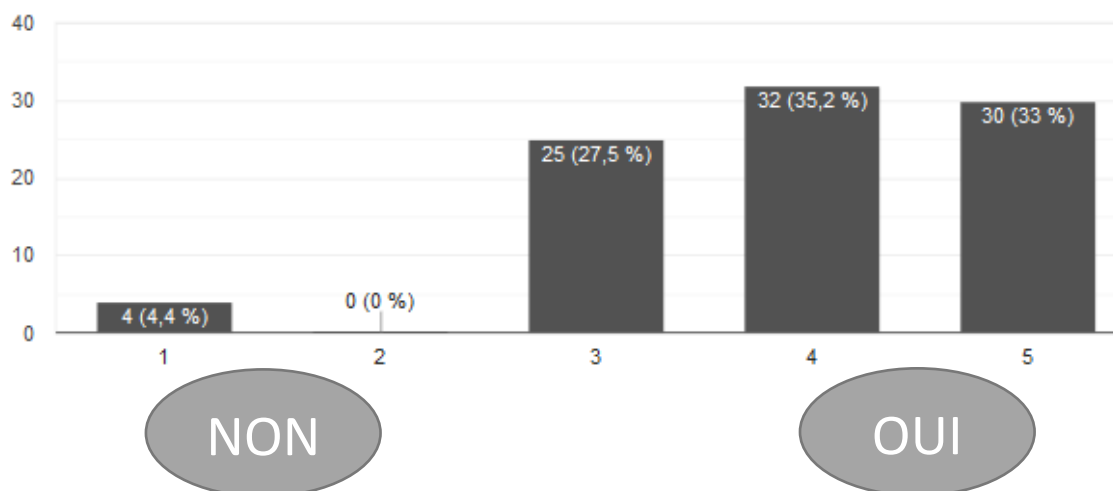
- Les sports collectifs, en particulier le handball, tend à rechercher un gain de qualité d'encadrement et d'accueil en vue d'améliorer leur offre de pratique ;
- Les sports individuels, en particulier la gym et le badminton, recherchent un développement structurel et matériel en vue d'accueillir plus de pratiquants ;

ACCOMPAGNEMENT DES CLUBS POUR LE DEVELOPPEMENT

De manière générale, pensez-vous que les dirigeants de club ont besoin de plus d'aide extérieur et d'accompagnement pour se structurer et se développer ?



91 réponses



LES CLUBS QUI BENEFICIENT D'UN ACCOMPAGNEMENT PARTICULIER AU DEVELOPPEMENT

(Conseils / Ressources documentaires / Formations pour les dirigeants)

	SPORT COLLECTIF	SPORT INDIVIDUEL	MULTISPORTS	TOTAL
PAS D'AIDE (SUR 91 REPONSES)	17	12	2	31
ETAT	4	0	0	4
COLLECTIVITE	12	5	3	20
STRUCTURE FEDERALE	26	14	7	57
COMITE OLYMPIQUE (CROS OU CDOS)	0	2	0	2
D.L.A.*	4	3	0	7
CLUB OMNISPORTS	4	1	1	6
STRUCTURE PRIVE	4	0	0	4
OFFICE TERRITORIALE DES SPORTS	3	6	1	10

*DLA = dispositif local d'accompagnement

CONCLUSION : CE QUE L'ENQUETE NOUS INDIQUE...

LE CLUB SPORTIF TYPE EN 2018 C'EST :

Une structure associative qui a une offre de pratiques orientée essentiellement vers **la compétition et la formation des jeunes**. Il est vecteur de lien social et de convivialité au sein de la société française.

Les nuances apparaissent selon la particularité de la discipline, du territoire et de l'historique du club. Elles peuvent impacter l'offre de pratiques qui peut s'orienter sur une pratique de haut niveau, de sport de masse ou encore d'accueil de publics spécifiques.

Il se distingue par **un logo, des couleurs et une charte graphique**. Il communique principalement par le biais de supports numériques et digitaux (sites internet et réseaux sociaux).

Son **budget** semble être en corrélation avec le nombre d'adhérents, qui lui-même est en corrélation avec son offre de pratiques.

Il n'est pas évident qu'un club sportif parvienne à diffuser et à communiquer son image et son identité à un large public. Il capte peu l'intérêt des médias et de la presse locale.

LES PREOCCUPATIONS DU CLUB SPORTIF EN 2018

Tout club sportif est **en quête de résultats sportifs et d'offrir une bonne qualité de formation**. Son développement s'organise et s'articule principalement à ces fins.

Pour cela il envisage plusieurs axes :

- Développer ses moyens financiers : sa principale quête est de trouver comment mobiliser des investissements privés (sponsors / mécènes) notamment auprès des entreprises.
- Développer ses ressources humaines par le biais du bénévolat : il veut plus de bénévoles et investir dans la formation des encadrants.
- Accueillir plus d'adhérents et diversifier son activité.
- Développer sa logistique et accéder à plus de créneaux d'installation.

NOTRE ANALYSE DE LA SITUATION

Nous n'avons pas la prétention de vous apprendre ce que vous saviez déjà, toutefois, nous avons **une confirmation**, chiffres à l'appui, du quotidien auquel fait face un dirigeant d'association.

Notre analyse, à développermonclub.fr, est que cette situation est insoluble par les moyens classiques et conventionnels au regard des tendances et de l'actualité. Pour se développer durablement, les dirigeants de clubs vont devoir prendre en compte les paradoxes également révélés par cette étude :

FINANCEMENT DES ASSOCIATIONS ET OFFRES DE PRATIQUE

Le BUDGET est lié à l'activité déployée et au public touché. Il est possible de toucher un public plus large sans pour autant augmenter le nombre d'adhérents. Pour augmenter ses moyens financiers et investir sur l'activité, il suffit de penser son OFFRE et son PUBLIC !

La recherche de sponsors, un moyen parmi beaucoup d'autres, nécessite de réfléchir l'OFFRE au regard du PUBLIC cible (Quel type d'entreprise ? Que recherche le sponsor potentiel ? Combien est-il prêt à investir ? Que pouvons-nous lui offrir ?).

Cette démarche est plus évidente à expliquer qu'à formaliser et réaliser. Et par moment, nous surestimons notre capacité à offrir un service attractif ou sous-estimons les attentes du public.

Notre avis à développermonclub.fr : Une des solutions passerait bien par la diversification des offres de pratique, l'organisation d'événements ou encore la mise en place d'activités « brioche » (par exemple des lotos, vide grenier, etc.). Encore faut-il conserver du sens vis-à-vis du projet associatif et fédérer ses hommes autour de ces actions.

BENEVOLAT ET ENCADREMENT

Recruter et former des bénévoles versus Améliorer la qualité de mon encadrement en formant les bénévoles. Il s'agit du principal paradoxe des clubs associatifs.

Première confusion fréquente que nous souhaitons rectifier :

UN BENEVOLE N'EST PAS FORCEMENT UN DIRIGEANT

UN DIRIGEANT N'EST PAS FORCEMENT UN BENEVOLE

Second paradoxe, en admettant que le bénévolat soit la solution systématique au développement des clubs, la mobilisation de bénévoles est principalement liée au sentiment d'appartenance et d'affiliation. Or, ce secteur est peu investi par les clubs comme démontré dans cette étude.

Troisième paradoxe, plus le nombre de tâches à effectuer est important plus il y a exigence en temps et en compétence !

Le bénévolat dans la forme actuelle consiste souvent à pallier l'urgence avec les moyens du bord. Ce mode de management, souvent dans le « laisser-faire », conduit à des difficultés dans la fidélisation. Les dirigeants de club ont la responsabilité de se transformer en managers aguerris.

Conscients de ce frein, de nombreux efforts sont effectués pour envoyer les bénévoles en formation. Encore une fois, un paramètre du bénévolat n'est pas pris en compte : le temps disponible et la « bonne volonté ». Il n'est pas évident qu'un bénévole puisse ou veuille se former.

Notre avis à développermonclub.fr : **Le bénévolat doit être envisagé différemment.** Notre conviction est qu'il existe plusieurs moyens de déployer des compétences humaines au sein d'une association. Chaque situation est unique et les dirigeants de club doivent accepter de s'ouvrir à un nouveau mode « d'engagement associatif ». Dans le club de demain, pour se développer il faudra manager plus que des bénévoles !

La logistique et les installations

Une problématique qui nécessite une approche spécifique à chaque contexte. Nous envisageons 3 types de réponses :

- Œuvrer pour que les collectivités territoriales et l'état s'emparent du problème et fournissent de nouvelles installations.
- Utiliser différemment les actifs à disposition, et innover dans les possibilités existantes.
- Mettre en place une stratégie alternative pour se doter d'équipements et d'infrastructures. Cela nécessite une stratégie et une vision sur du plus long terme, une prise de risques et un investissement potentiellement plus important mais également des compétences spécifiques.

Notre avis à développermonclub.fr : Les actifs comme le matériel et les infrastructures sont un levier capital pour développer durablement un club. Il permet de créer de nouvelles opportunités en termes d'activité et recettes financières.

Nous ne vous parlons pas de construire un grand stade, mais d'autres idées peuvent être développées (investir dans une flotte de véhicules, un bâtiment foncier, du matériel spécifique pour les animations, etc.)

Nous sommes convaincus que les grands clubs de demain seront ceux qui s'empareront de ce paramètre et innoveront dans ce secteur.

POUR PLUS DE CONTENU :

- Vous recevrez comme promis un e-book gratuit très prochainement sur la thématique : « créer un emploi sportif, les démarches administratives ».
- Vous pouvez découvrir notre site internet et notre blog (<https://www.developpermonclub.fr>) ;
Vous pouvez également nous suivre sur notre page Facebook (<https://www.facebook.com/developpermonclub.fr>) ;

Pour prendre contact faire appel à nos services pour vous aider à développer votre club :



Mail (contact@developpermon.fr) / Téléphone (0665080488)

REMERCIEMENTS

Nous adressons tous nos remerciements aux dirigeants ayant répondu à ce questionnaire. Ce soutien va nous permettre produire du contenu répondant aux attentes des dirigeants d'associations. Nous nous engageons à garder confidentielles et anonymes les informations fournies sur nos prochaines diffusions.

Nous remercions également toutes les personnes ayant collaboré pour la création et la diffusion de ce questionnaire. Cette démarche a été encouragée et incitée par de nombreuses personnes, et nous les remercions pour le soutien apporté à notre entreprise.

Un remerciement particulier à mon collaborateur du vendredi matin favori (il se reconnaîtra) ainsi qu'à Céline Giraudel qui a conçu notre site internet et toute la charte graphique et visuelle pour developpermonclub.fr

(Vous pouvez découvrir sa page en cliquant ici : <https://www.facebook.com/cgiraudel>).