

# **COMPTE-RENDU**

## **COLLOQUE**

**Des Dirigeants d'Établissement et Dirigeants Bénévoles**

**LIGUE DE VOILE OCCITANIE**

**Samedi 27 Janvier 2018**

Port-Leucate



# TABLE RONDE : Innovation, enjeu du futur

---

Animateurs : Vincent GHORIS - Eric PELAPRAT  
Innovation, enjeu du futur :

Aujourd'hui, le constat est là qui met en avant, à tort ou à raison, dans des termes adaptés ou non, une notion d'innovation devenue le Maître mot de tous vos contacts institutionnels.

Chaque dossier à constituer, à construire, à coconstruire, pose comme exigence prioritaire l'identification de l'innovation souvent même posée comme déterminante dans l'éligibilité des contenus à retenir pour envisager leur accompagnement financier.

Chacun doit aujourd'hui se positionner sur ce qu'il entend sous le vocable « innovation », sur ce qui constituera cet enjeu du futur comme axe prioritaire d'appréciation pour un éventuel accompagnement sur l'éligibilité d'un dossier, et analyser en conséquence les questions à se poser sur ce sujet.

→ Questions :

- Comment définissez-vous l'innovation ?
- **Comment imaginez-vous votre club dans 20 ans ?**
- Quelles actions vous semblent indispensables à mettre en œuvre pour aller vers cet imaginaire ?
- Comment percevez-vous vos engagements en termes d'enjeu dans le « futur » de votre structure ?
- Comment répondre à ces nouveaux enjeux du futur tout en préservant une pratique à laquelle vos structures sont attachées parce qu'elles répondent aux attentes de vos membres :
  - Au plan Ludique ?
  - Au plan Sportif ?
  - Au plan compétitif ?
  - Au plan sociétal ?
  - Au plan culturel ?
  - Au plan économique ?
  - Quelle Communication ?
  - Quelle vision du Marketing ?
  - Pour quel « Business model » ?
  - Pour quels produits ?
  - L'innovation est à toutes les échelles :

---

## Compte-rendu des échanges

L'ensemble des innovations peuvent globalement se classer en 4 catégories :

- Produit (smartphone, foils...)
- Business model (Amazon, iTunes, Nespresso...)
- Marketing (Max Havelaar, Bio, ...)
- Communication (Redbull...)

Un peu comme 4 cercles concentriques avec le produit au centre, puis le business model et vers l'extérieur le marketing et communication. Plus on est près du centre plus l'innovation est forte.

Il paraît donc absolument nécessaire d'identifier au moins un axe d'innovation, dans tous nos projets faisant l'objet de demandes d'aide à nos partenaires institutionnels. C'est à minima le risque financier engendré par la mise en place de cette innovation qui devra être couvert par l'aide sollicitée.

Il apparaît qu'une minorité de clubs, connaissent bien leur environnement et donc utilisent les bons outils de développement, très souvent marketing et communication. S'intéresser à ces bonnes pratiques avant d'éventuellement les adapter semble vital. Ces clubs sont au fait des tendances économiques, culturelles, technologiques, sociétales... De plus ils nouent des partenariats avec des entreprises parfois contre nature mais ayant les mêmes cible (loueur de bateaux, restaurant...)

Il est évident que pour l'instant, la plupart de nos clubs se cantonnent à des modes opératoires prudents, souvent répétitifs, assez peu inventif. Le plan de développement en cour doit permettre à chacun, lors des réunions de co-construction, de partager ses expériences et visions, puis d'accélérer l'émergence d'innovations nécessaires.

### **Les grands axes d'innovation**

#### Matériel et Technologie

- les supports et les pratiques
- outils de communication
- évolution des technologies de gestion

#### Evolution des structures

- Les bâtiments adaptés et fonctionnels
- Stade nautique
- Développement de la multi-activité
- Mise à place de « packaging » produits nautiques

#### Evolution sociale

- Meilleure reconnaissance
- Meilleure connaissance de notre existence
- Plus grande implication dans la vie locale et meilleure relation et identification dans nos territoires
- Prise en compte des problèmes écologiques et environnementaux.

#### Les publics

- Savoir répondre à toutes les tranches âges, développer la mixité et les rencontres intergénérationnelles.
- Retrouver la notion de plaisir à vivre et partager
- Etre au courant de l'évolution des pratiques.
- Favoriser les échanges, les rencontres
- Rajeunir nos publics et nos membres (pratique « habitable »)

### **Pour l'innovation**

- Nécessité d'une bonne connaissance des publics et des attentes
- Avoir des outils d'analyse des attentes et des évolutions sociales
- Besoin de formations
- Remise en cause du modèle économique.
- Passer de la réactivité à la proactivité.
- Importance de temps de rencontres et d'échanges pour rendre compte de nos convergences et de nos différences.

# TABLE RONDE : Formation des bénévoles

---

Animateurs : Christophe MOREAU – Nicolas COMPTA – Eric NORET

Les services de la Région ciblent la formation des bénévoles comme une des actions prioritaires d'accompagnement des fédérations et comités régionaux, tous sports confondus.

A ce titre, il est par conséquent important que les Clubs, les Comités Départementaux puissent donner leurs avis et avancer sur ce qu'ils souhaitent en matière de formation de leurs dirigeants, de leurs bénévoles.

A terme, la Ligue, ses professionnels, les organismes paritaires et/ou partenaires de la Ligue auront à organiser ces formations en s'assurant de leur financement, mais en s'assurant surtout du fait que tout ce qui sera proposé corresponde bien aux attentes exprimées par les clubs, les comités, et leurs dirigeants.

## ▣ Questions :

- Quelles sont vos attentes ? (Vision de développement court et moyen termes proposés par vos Com Directeurs, expression de besoin des adhérents, personnes externes qui pourraient rejoindre le Club mais...).
- Quels sont les nouveaux enjeux pouvant nécessiter un accompagnement spécifique :
  - **De la Ligue** : Accompagnement des nouveaux présidents, les affiliations, les droits et devoirs, mieux comprendre les enjeux régionaux, les services proposés en retours vers les clubs + ristournes licences, les avantages pour les pratiquants ?
  - **De ses acteurs** : Connaissance générale des services de l'état DRJSCS, DDJSCS, subventions possibles aux projets de développement des clubs en accord avec les projets CNDS de Ligue ?
  - **Des organismes paritaires de formation** : Expliquer comment fonctionne les OPCA, qui est la CPNEF, les possibilités de formations aux bénévoles avec le CEC ?
  - **Dans le cadre de la vie de vos clubs** : Comment s'assurer qu'un club puisse rester pérenne, en gardant le lien et le contact avec sa région via des moments d'échanges au sein des clubs avec les dirigeants de la Ligue ?

## Compte-rendu des échanges

---

Avant de former les bénévoles faut-il trouver des gens ayant l'envie de s'impliquer pour eux, leurs enfants, voir pour la société dans ce monde où l'individualisme devient le sport national !

Mais lorsque nous en trouvons, il apparaît que dans les structures de types Clubs nautiques qui sont professionnalisées en regard des Yachts Clubs totalement bénévoles, les nouveaux dirigeants sont mieux orientés et guidés par les professionnels en place. Ils souffrent moins de la prise en main de leurs rôles de dirigeants en comparaison de Clubs bénévoles où la découverte d'un nouveau quotidien comportant de nouvelles tâches, le contenu des rôles et les responsabilités qui y sont associées sont relativement méconnus de ces bénévoles. Un accompagnement est à mettre en place. Un guide du dirigeant serait apprécié pour mieux appréhender et connaître les actions à accomplir après une élection d'un nouveau Conseil d'Administration et de son Bureau exécutif ainsi que la connaissance des rôles de Président, Trésorier & Secrétaire.

Des axes de formations et d'informations seraient intéressants selon les besoins d'échanges verbaux ou simplement de sessions en e-Learning pour comprendre des objectifs à atteindre.

Etendre la digitalisation de la formation dans notre Ligue limiterait les déplacements et permettrait d'accéder à des sessions de formations et d'informations aux horaires où les bénévoles sont disponibles pour se connecter.

Il vaudrait mieux faire déplacer un formateur que tous les candidats par département, secteur, bassin, et selon le profil de formation.

Les formations liées à l'activité de la régates nécessitent aussi un éclaircissement sur les rôles de l'encadrement de la régates avec les prérogatives des arbitres selon le niveau des régates, les formations associées, le sujet concernant le rôle des mouilleurs est revenu à plusieurs reprises dans les discussions. Est-il assujéti à une formation particulière ?

Concernant le cadre de sorties en mer en habitable, l'encadrement du bord doit-il justifier de niveaux particuliers pour que les assurances couvrent l'ensemble de l'équipage en responsabilité civile et corporelle, et les années de pratique et d'expérience sont-elles reconnues à juste titre dans l'activité de club sans niveaux justifiés.

Dans le cadre de formations, elles sont dispensées par les prérogatives des CQPAMV (Moniteurs). Un bénévole peut apprendre à ses adhérents à naviguer et à manœuvrer pour travailler en équipage, mais il ne pourra pas reconnaître un niveau d'acquis et délivrer un niveau de voile lui correspondant.

▪ **Les besoins de formations les plus souvent abordés : (Contextes, prérequis et prérogatives).**

- La formation DSI. (Obligatoire en VL et non nécessaire en Voile habitable en mer).
- Le RTQ
- Gestion des bénévoles.
- Formation des animateurs de clubs
- Le coaching.
- Connaissance de la structure fédérale
- Formations autour de l'encadrement des régates : Mouilleur, etc...

▪ **Les bonnes pratiques :**

- Passation d'expérience sur deux années au sein d'un BE avec le Président et un Vice-Président souhaitant prendre la relève ultérieurement avec échanges des rôles à mi-parcours.
- Optimiser les rôles coureurs / arbitres VS plaisirs challenges / contraintes. (D'autres disciplines pratiquent ce principe aisément).

▪ **Les difficultés rencontrées :**

- Attractivité de la fonction de dirigeants de club, postes peu convoités !
- Attirer des membres vers le bénévolat.
- Valorisation du bénévolat.
- Manque d'engouement pour les formations d'arbitres au sein des clubs. L'accès à la formation des jeunes arbitres dès l'âge de 14 ans. Inciter à un recrutement plus « FUN » visant à arbitrer et régater dans une même journée. Limiter l'isolement dans le rôle d'arbitre en courant alternativement avec de très bonnes connaissances des règles de courses.

**CONCLUSION**

- Favoriser les formations à distance.
- Alléger le travail des bénévoles.
- Digitaliser la formation et l'information.
- Développer l'attractivité des formations.
- Besoin de mieux connaître la formation visant à sécuriser la pratique sur un plan d'eau, RTQ, DSI, animateurs de clubs.
- Rendre la formation comme un levier positif pour la personne et son club : attractivité, plaisir.
- Accompagnement des nouveaux Présidents, et autres dirigeants..

La disponibilité du bénévole est contrainte par le temps mais il peut l'optimiser par ses connaissances & compétences.

# TABLE RONDE : Offres de service dans les clubs

---

Animateurs : Cathy POST – Laurent BOURRIQUEL

Enjeu fondamental de la survie de nos clubs, les réponses des dirigeants d'Etablissements comme celles des dirigeants bénévoles visent aujourd'hui à satisfaire en premier lieu la demande des membres des structures elles-mêmes. Ceci est d'ailleurs fondamentalement le constat réalisé dans les clubs de propriétaires de bateaux par exemple.

Demain, les accompagnements institutionnels sont annoncés en forte diminution et les subventions ne pourront plus à elles seules contribuer à la survie des structures.

Le volet économique va devenir un enjeu fondamental de la vie des clubs. Les offres de services vont devoir se diversifier pour répondre aux attentes des membres mais aussi aux attentes d'un public à séduire. Le constat de 98000 visiteurs de nos structures et celui de 13000 licences et titres fédéraux pour l'année 2016 par exemple doit poser question au plan de la fidélisation de la fréquentation de nos structures labellisées.

## ▣ Questions :

- Quelle place est laissée au sein même de vos structures à un nouveau public ?
- Quelle part envisagez-vous d'y introduire pour capter un nouveau public ?
- Quelles offres prévoyez-vous de présenter pour sortir des routines de fonctionnement que le futur ne pourra sans doute plus assurer ?
- Quelles offres peuvent être envisagées en direction d'un public non encore adhérent
  - Qui accompagne un jeune stagiaire (parent, grand parent, famille...) ?
  - Qui demeure sur place pendant une régata, un évènement convivial, une fête dans le club ... ?
  - Qui vient tout simplement pousser la porte du club, « pour voir » ?
  - Qui s'identifie comme touriste ?
  - Offres complémentaires que l'on peut apporter aux consommateurs avertis, (Ex. : « je viens au club avec un niveau 3, hors saison),
  - Offres complémentaires pour les parents (SUP Yoga pour maman, paddle pour papa, longe cote, etc...) pendant l'activité des enfants,
  - Offres familles, tribus, avec un niveau de pratique.
  - Utilisation de la base pour l'accueil et l'animation d'activité périphérique (goûter d'anniversaire).
  - Offre commerciale et non commerciale (Habitable), positionnement des clubs (ouverture du club et des activités au grand public).
  - Offre Coach plaisance pour les clubs habitables,
- Quels aspects novateurs dans l'offre envisagez-vous de proposer à vos visiteurs (accompagnement, individualisation de la pratique, temps de pratique, flexibilité dans la réservation, nouveau produit, diversité des consommateurs, etc...)

---

## Compte-rendu des échanges

Deux constatations majeures :

- On peut constater une grosse disparité des offres entre clubs habitables et clubs voile légère.
- Egalement disparité entre clubs front de mer et clubs sur plans d'eau intérieurs.

### 1. Les clubs habitables

- Souci d'ouverture ou de diversification. Des idées cependant :
  - Gratuité pour les jeunes sur le bateau de l'adhérent, ou pour les parents accompagnants de jeunes adhérents.
  - Travail avec l'Office du Tourisme : géré et encaissé (sécurisant) par l'OT inscription sur des activités pour les touristes de passage ou pour les résidences secondaires.
  - Organisation de gouters en mer, sortie moyennant une petite participation financière. (caisse de bord)
  - Sorties à la journée, au weekend avec les comités d'entreprise avec un démarchage directement sur l'entreprise.

- Partenariat avec club de voile légère, offre complémentaire aux accompagnants des jeunes qui pratiquent la voile légère ou font des stages.
  - Offre groupée Voile Latine +dériveurs + habitable
  - Avec l'OT, embarquer des spectateurs sur les bateaux de propriétaire pendant les Régates ; Concours de photos avec en lot une balade en mer.
  - Organiser des apéros, repas sur le port... créer de la convivialité...
  - Emulation par l'aspect financier : tarif préférentiel ou priorité dans les ports si adhésion et/ou participation aux régates.
  - Crainte de certains de ne pas opposer les professionnels aux structures FFV (sorties non commercial)
  - Création de coach plaisance, projet d'achat d'un bateau et former les futurs adhérents (Palavas)
  - Atelier « parle-moi de la mer »
  - Accueil, communication avec les autres associations qui ne régatent pas (Amicale des plaisanciers, pêcheurs)
  - Demande ou recherche d'équipiers toujours honorée.
  - Match-racing caravelle, spectacles, faire du collectif.
  - Il n'y a pas d'offre familiale sur les habitables ;
- Les clubs habitables sont ceux, en moyenne, qui utilisent le moins les réseaux sociaux.
  - Certains clubs, en particulier Midi-Pyrénées ont des difficultés à organiser des régates, et faire la distinction entre régates, rallyes, trophée. Voire jusqu'à s'interroger sur la réglementation, les assurances, la nécessité à prendre une licence, et faire passer le message aux adhérents. Ils ont besoin d'assistance juridique.
  - Handicap pour créer de la visibilité physique, du spectacle, de l'envie et susciter des vocations quand les habitables s'éloignent du port et ne rentrent que le soir ; il est difficile d'attirer de nouveaux adhérents...

## 2. Les clubs Voile Légère

- Connivence entre club, passerelle, par exemple faire régater des jeunes sur les Surprises du club voisin
  - La voile scolaire, l'école de sport, les stages d'été sont des terreaux pour avoir de nouveaux jeunes licenciés à l'année. L'apprentissage de la voile doit être au départ ludique.
  - L'axe communication se développe : internet, FB, les réseaux sociaux, le public jeune y est très actif.
  - Mutualisation, penser « bassin », connivence, ne pas se fermer, être acteur.
  - Ne pas penser systématiquement Optimist, penser PAV, Fun boat...plus « fun ».
  - GROUPON a été utilisé par certains club pour des stages de la Toussaint, de Pâques ; Ce n'est pas forcément rentable, mais cela crée de la vie, du mouvement. OBJECTIF VIE DE CLUB !
  - Sensibilisation au milieu marin, surtout pour les jeunes, faire de la pédagogie sur la protection du milieu marin, du littoral
  - En septembre, pour la plupart des clubs qui ont un fort public voile légère, une journée Porte Ouverte.
  - Les stages d'été proposent des supports de plus en plus divers : Optimist, PAV, Stand up-Paddle, Dériveurs...
  - Développement d'une « OFFRE TRIBU » : soit location d'un support que toute la tribu (famille, amis...) peut utiliser, caravelle, stand-up-paddle collectif (Carnon), soit proposer, aux mêmes horaires avec un tarif préférentiels des supports ou des activités individuelles pour tous, y compris qui n'ont pas un rapport évident avec la voile, comme le longe-cote ou le yoga dans l'eau...
  - Mise à disposition, prêt (ou moyennant une faible participation) à un adhérent d'un catamaran ou un Neptune du club pour faire découvrir la voile à une autre personne (Narbonne).
- En bassin intérieurs, certaines bases de loisirs s'orientent vers des multi-activités, voile, mais aussi, longe-cote kayak, pédalo, VTT, randonnée pédestre ... et surtout un package complet activités multiples et pour toute la tribu **avec l'hébergement**. Plus de monde peut se retrouver dans la structure en limitant les capacités d'encadrement ; (Castelnaudary a une capacité de 90 places d'hébergement) .Ce concept paraît plus difficile à mettre en place en saison estivale sur le bord de mer.

## 3. L'Handivoile

Jean Claude MIRC propose aux clubs un diagnostic et un accompagnement pour ouvrir aux structures la possibilité de recevoir des handicapés ainsi que leurs accompagnants. Il a reçu un accueil très favorable, même si certains, de par leur situation géographique ou leur bassin d'activités auront des difficultés.

## 4. Le Kite, une activité encore à part.

- Nouvellement arrivé dans la FFV, le Kite, même s'il bénéficie d'un effet de mode, affiche un dynamisme certain. Le public est diversifié et concerne tous les âges. La plupart des clubs font le choix d'investir dans du matériel de qualité, récent et ont des offres attractives. Il faut savoir que, pour l'instant, en majorité les pratiquants ont leurs propres matériels, à qui les clubs proposent le stockage de leur matériel, s'ils sont adhérents et licenciés.
- Créations de TEAM : jeunes loisir et compétition, femme, senior. Avec un coaching personnalisé possible, des stages d'été et aux vacances scolaires. Un Pôle Espoir a été créé.
- Pour les familles avec de jeunes enfants un espace de jeu leur est dédié.
- Les clubs sont en contact étroit avec les lycées, les collèges, les enseignants d'éducation sportive ont droit à des cours perso gratuits.
- Création d'une zone sécurisée, balisée, où les pratiquants peuvent s'exercer en toute sécurité, gratuit pour les adhérents avec licence qui règlent 300 € par an ou pour les occasionnels pour 20 € par jour. Il est également proposé une activité encadrée pour 4 personnes pour 120 €, matériel fourni.
- Le Kite est sans doute le support qui utilise le plus les réseaux sociaux et la mutualisation avec les autres clubs.
- Le Kite propose également des formules 'agence de voyage », hébergement, souvent en camping, activités, prêt de matériel en dehors de heures de cours et accès à la zone sécurisée.
- Le kite est présent ou organise de grosses manifestations sportives, (Mondial du vent, Festykite...) ou le spectacle, le village (animations, foodtruck) attirent beaucoup de spectateurs qui peuvent être des adhérents potentiels.