

AMOS SPORT
BUSINESS
SCHOOL

LE CAHIER DES EXPERTS

LE CAHIER DES EXPERTS #90

Retour au stade !

06 Mai 2021

EDITO



RETOUR AU STADE !



BRUNO LAPEYRONIE

Directeur
AMOS Bordeaux
Enseignant-Chercheur



Bien futé celui qui imaginera les conséquences sur les pratiques, la fidélisation des adhérents ou les impacts de la gestion associative.



Afin d'éviter un nouvel édito sur la crise sanitaire et les conséquences sur le milieu associatif, je m'en remets à l'actualité des clubs sportifs : d'un côté, le monde professionnel footballistique repose la question des priorités (financières ?) d'une super-league fermée alors qu'un autre côté, des associations voient leur saison sportive définitivement arrêtée sans surprise. Nouvelle année blanche et sortie potentielle de crise amènent inexorablement à se projeter encore plus vers la rentrée 2021/2022. Vite ! Un peu d'espoir.

En supposant qu'un vent de normalité vienne apaiser le champ de ruines associatif, les dirigeants de clubs s'interrogent sur le « retour au sport ». Le sport qui se pratique et celui qui se regarde vont forcément repartir avec séquelles, impatiences, envies et, vraisemblablement, un minimum de raison.

Bien futé celui qui imaginera les conséquences sur les pratiques, la fidélisation des adhérents ou les impacts de la gestion associative. Et d'un côté, comme une récurrence nécessaire, l'ouvrage de Gary Tribou (Nadine Dermit et Candice Wojak) « Management du sport. Marketing et gestion des clubs sportifs » n'en finit plus d'être ré-édité et actualisé (cinquième édition en 2018). Aujourd'hui plus que jamais pour nos clubs, les questions de l'adaptation de la gestion, des techniques de management et des outils marketing nécessitent sans cesse une mise à jour.

Dans cet état d'esprit, vous y trouverez ici, dans ce quatre-vingt dixième numéro du Cahier des Experts, les apports de nos deux témoins qui se questionnent, exemple très concret à l'appui, sur le « retour au stade » et l'ambition d'un club de rugby de s'organiser et de favoriser cette ambition sportive, voire citoyenne. Je les remercie sincèrement pour leurs précieuses expériences.

Mais vous trouverez également et plus globalement la philosophie qui est la nôtre : faire sauter les verrous entre les méthodes professionnelles dans le champ sportif. Il s'agit au sein de notre campus, de comprendre, de transmettre et d'utiliser des objectifs et méthodes issus des mondes territoriaux, publics, fédéraux et privés pour la saine gestion sportive et associative.

Mon livre de chevet du moment (« 15 questions de leadership » de Christophe Urios) illustre également cette forme de management basée sur les valeurs humaines, d'autonomie et de confiance (le fameux « cercle » d'une célèbre équipe de rugby), propres à la gestion sportive d'aujourd'hui et de demain.

Excellente lecture à tous.

L'AVIS DES EXPERTS



JEAN-BAPTISTE
BARRERE

Etudiant en Master 2
AMOS Bordeaux



Je suis Assistant Stadium Manager et m'occupe également de la partie Marketing et Commercial du club (développement de nouveaux produits commerciaux, gestion d'un portefeuille partenaires).



Merci de vous présenter en quelques mots.

Je m'appelle Jean-Baptiste BARRERE, je suis actuellement en Master 2 de l'école AMOS Sport Business School sur le campus de Bordeaux. Je suis arrivé en Bachelor 3ème année à AMOS après avoir validé un BTS Étude et Économie de la Construction. Étant très sportif et n'ayant plus le même intérêt pour l'architecture qu'auparavant, j'ai décidé d'allier ma passion sportive à mon projet professionnel. C'est pourquoi je me suis tourné vers cette école afin de me spécialiser dans le Management des Organisations Sportives.

J'effectue ma dernière année d'étude en contrat d'apprentissage au Stade Montois Rugby Professionnel. Après y avoir joué, je suis aujourd'hui dans les bureaux administratifs. Je suis Assistant Stadium Manager et m'occupe aussi de la partie Marketing et Commercial du club (développement de nouveaux produits commerciaux, gestion d'un portefeuille partenaires).

Au-delà de votre engagement au club, vous participez à une recherche sur cette même thématique ?

Étant en contrat d'apprentissage au Stade Montois Rugby, il me semblait opportun d'axer mon mémoire de recherche sur ma structure d'accueil. J'ai trouvé assez facilement le thème de mon mémoire car je m'occupe de la partie événementielle au sein du club. Je me suis donc naturellement tourné vers l'enceinte sportive, sa

fréquentation et son usage par le club. Les bureaux où je travaille sont situés dans les murs du stade André et Guy Boniface de Mont-de-Marsan; j'ai alors tous les jours "devant moi" le sujet de mon mémoire.

Je me suis tourné vers ce sujet de l'enceinte sportive d'une part car l'évènementiel m'attire beaucoup mais aussi dans le souci de pouvoir peut-être apporter des solutions et des idées de réflexions visant à développer au mieux le club du Stade Montois Rugby et son infrastructure. Cette réflexion, et les recommandations que j'émettrai, pourront pourquoi pas aider d'autres clubs dans leur politique de développement. Après plusieurs lectures, entretiens avec des spécialistes de mon thème ainsi qu'un questionnement personnel, la problématique dégagée se concentre sur l'enceinte de rugby, lieu de développement et d'enjeux complexes d'un club.

Mes hypothèses de recherche tournent autour des sujets de l'amélioration de l'expérience fan dans son stade permettant une meilleure affluence spectateur les jours de match. La deuxième hypothèse étant relative à la connaissance fine de son public et de son environnement comme des facteurs importants du développement d'une structure sportive.

En l'état, quelques conclusions commencent à se dégager. En effet, une expérience fan convaincante, divertissante et variée les jours de match peuvent vous aider à remplir vos tribunes et vos gradins.

L'AVIS DES EXPERTS



JEAN-BAPTISTE
BARRERE

Etudiant en Master 2
AMOS Bordeaux

Aujourd'hui les spectateurs d'un spectacle sportif ne viennent plus seulement assister à une rencontre, ils veulent vivre une expérience en se rendant au stade. C'est pourquoi les temps accordés aux personnes en charge de l'évènementiel (le Stadium Manager principalement) doivent être bien pensées.

Cette première conclusion vient en complément du second axe de recherche. Il faut connaître suffisamment les personnes qui se rendent au stade, leurs habitudes de consommation et leurs attentes pour pouvoir leur proposer les activations et les solutions de restauration adéquates le jour de leur venue.

Ce mémoire de recherche est intéressant dans le sens où nous pouvons proposer quelques recommandations concernant des enjeux qui sont totalement d'actualité pour les clubs et leurs stades. Ce mémoire vient compléter un peu plus les travaux de recherche de bon nombre de personnes avant moi.

En quoi votre travail peut être utile pour les acteurs du territoire ?

Mon travail de recherche peut être utile pour les acteurs du territoire pour plusieurs raisons.

D'abord pour les clubs qui peuvent adapter leur façon de procéder afin d'optimiser leurs revenus les jours de match (billetterie, restauration, animations). Mais aussi sur le long terme engager une démarche bien pensée pour satisfaire pleinement leur clientèle (abonnés, partenaires).

Ensuite les entreprises mais aussi les collectivités peuvent prendre appui sur cette démarche de connaissance de son public et de son environnement afin de l'adapter à leur structure (connaître ses employés pour une entreprise, connaître son territoire et ses habitants pour une collectivité).

Les fédérations peuvent elles aussi se servir de cette méthode de travail afin de mieux connaître son entourage (clubs, licenciés...) et donc pouvoir proposer les bonnes solutions à ces derniers.

Mon travail de recherche peut alors être d'une aide « organisationnelle ».



La fan expérience, enjeu crucial pour les clubs dans leur objectif de remplissage du stade
Source photo : <https://www.visitmontdemarsan.fr>

L'AVIS DES EXPERTS



FREDERIC LAUSTRIAT
Stadium Manager
Stade Montois
Rugby



Le stade doit redevenir un lieu de vie. L'enjeu est donc de créer un évènement attrayant pour tous, tout en assurant la sécurité sanitaire et en conservant la convivialité à travers l'accueil de notre public et la mise en place d'animations.



Merci de vous présenter en quelques mots.

Frédéric LAUSTRIAT 35 ans, je suis actuellement Stadium Manager et Commercial au Stade Montois Rugby (Club de Rugby évoluant en 2eme division professionnelle). Père de 3 enfants et passionné de sports, je pratique le basket en compétition et suis éducateur à l'école de rugby du Stade Montois Rugby Association.

J'ai intégré le club il y a maintenant 12 ans ; d'abord dans la structure associative du SMR, pour réaliser mon stage professionnel de fin d'étude pendant 6 mois (je suis diplômé d'un Master Pro Management des Organisations Sportives). J'avais alors une mission de Chargé de Communication et des Evénements.

A la suite de ce stage, j'ai évolué pendant 6 ans au sein de l'Association du SMR au travers de différentes missions : commercial, coordinateur adjoint d'une formation diplômante (BPJEPS) et enfin responsable évènementiel. J'ai ensuite eu l'opportunité d'intégrer la structure professionnelle du SMR (SASP) en tant que commercial. Mon évolution s'est davantage tournée vers des missions de gestion et d'exploitation du Stade, les jours de match mais aussi sur les autres évènements organisés tout au long de l'année. Aujourd'hui mes activités sont transversales sur l'ensemble des services du club (de la conception marketing, à la vente de l'évènement en passant par sa communication...). Mon parcours me permet d'avoir une vision générale et une expertise

sur l'ensemble d'un club de rugby (de l'école de rugby à son équipe professionnelle).

Quelles sont les problématiques liées à la fréquentation du stade lors de la reprise sportive post-covid ?

Nous allons tout d'abord devoir rester vigilants et conserver certaines pratiques mises en place : gel hydro alcoolique aux entrées, favorisation de la digitalisation dans le stade, vigilance autour de la protection des joueurs (bulle sportive), peut être le port du masque... De manière générale, le secteur de l'évènementiel a toujours dû s'adapter suite à des évènements majeurs comme après les attentats avec l'intensification des contrôle d'accès, la mise en place de fouilles régulières...

Ensuite, nous allons faire face à différents types de consommateurs d'évènements sportifs : le public « inquiet » qu'il faudra rassurer ; et le public « impatient » qu'il faudra accompagner dans les nouvelles pratiques. Bien entendu, nos réflexions évolueront en fonction des directives gouvernementales et de la situation sanitaire locale (nombre de vaccinés...); charge au club d'anticiper afin de proposer les meilleures actions à mettre en place en attendant le retour à une situation « normale ».

De plus, à l'aspect psychologique pourra se poser une problématique liée à la politique tarifaire des clubs. En effet, il y a aujourd'hui une réelle réflexion à mener sur les tarifs à destination de publics ciblés tels que les étudiants par exemple.

L'AVIS DES EXPERTS



FREDERIC LAUSTRIAT

Stadium Manager
Stade Montois
Rugby



Le stade doit redevenir un lieu de vie. L'enjeu est donc de créer un événement attrayant pour tous, tout en assurant la sécurité sanitaire et en conservant la convivialité à travers l'accueil de notre public et la mise en place d'animations.

En lien avec l'implication de Jean-Baptiste, quelles pistes opérationnelles imaginez-vous dès la rentrée ?

Durant la période des matchs sans public, notre premier travail a été de conserver le lien avec l'ensemble de nos spectateurs. Nous avons beaucoup travaillé à la mise en place d'opérations digitales ou événementielles autour des matchs (ex : prestation de livraison à domicile, communication SMS dédiée aux abonnés...) et ainsi réinventer notre catalogue produits. Nous avons pris le temps de repenser notre approche de l'événement et de la relation avec notre fan base. Des temps de réflexion ont été partagés avec l'ensemble des services du club afin de définir un nouveau « projet club », sur du moyen et long terme. Nous travaillons aujourd'hui autour de 4 axes :

- L'accélération de la digitalisation du club et de son lien vers l'extérieur
- La mise en place d'outils CRM (NDLR : Gestion de la Relation Client) afin de pouvoir collecter et analyser de manière plus efficace notre DATA ; afin de répondre de manière adaptée aux nouveaux modes de consommation des événements sportifs.

- La redéfinition de l'événementiel les jours de match : création de nouveaux espaces d'animations pour répondre aux attentes de notre public (actuel et potentiel)

- La valorisation de nos abonnés et partenaires qui ont apporté leur soutien en cette période compliquée : mise en place d'avantages particuliers sur les services du club (billetterie, boutique,...), accès privilégié à l'inside du club (événements, contenus exclusifs...) et flexibilité sur les futurs modes de règlement.



Un important travail a été mené par le club dans l'optique d'un retour des supporters au stade !

Source photo : <https://www.stademontoisrugby.fr>

2017-2018-2019-2021
4EME EDITION

AMOS WOMEN'S FRENCH CUP



ÉTÉ 2021

TOULOUSE | FRANCE

Je suis fier
de faire partie
de l'aventure
**AMOS
WOMEN'S
FRENCH CUP**



Valentin, Bachelor 2
AMOS TOULOUSE



AMOS WOMEN'S FRENCH CUP 2021

