



# **Professionalisation du Sport d'élite et pôles régionaux**

## **Concept**

Édition avril 2026

# **GYMVAUD**

Association Cantonale  
Vaudoise de Gymnastique

## TABLE DES MATIÈRES

<b>TABLE DES MATIÈRES</b> .....	<b>1</b>
<b>1. INTRODUCTION</b> .....	<b>4</b>
1.1 Situation actuelle et problématique du sport d'élite .....	4
1.2 Solution possible proposée par GymVaud .....	4
1.3 Cible et objectif du document .....	4
1.4 Business plan .....	5
1.5 Principes fondamentaux de la solution.....	5
<b>2. OBJECTIFS DES PÔLES</b> .....	<b>7</b>
2.1 Vision .....	7
2.2 Mission .....	7
2.3 Objections .....	7
<b>3. ANALYSE DU MARCHÉ</b> .....	<b>9</b>
3.1 Tendances .....	9
3.1.1 La gymnastique olympique vaudoise, un sport à l'avenir incertain .....	9
3.1.2 Une société sportivement polarisée .....	9
3.2 Marché cible .....	9
3.3 Profiles-clients .....	10
3.4 Cotisations .....	10
<b>4. ANALYSE CONCURRENTIELLE</b> .....	<b>11</b>
4.1 Concurrents .....	11
4.1.1 Tous les autres sports .....	11
4.1.2 Les centres de loisirs.....	11
4.1.3 Nos propres sociétés de gymnastique .....	11
4.2 Défis .....	11
4.3 Risques.....	11
4.4 Chances.....	12
<b>5. OFFRE DE SERVICES</b> .....	<b>13</b>
5.1 Gymnastique préscolaire.....	13
5.2 École de base.....	13
5.3 Gymnastique loisirs .....	13
5.4 Gymnastique de compétition .....	13
5.5 Autres .....	14
<b>6. MARKETING</b> .....	<b>15</b>

<b>6.1 Branding / Marque .....</b>	<b>15</b>
<b>6.2 Positionnement et messaging.....</b>	<b>15</b>
<b>6.3 Marketing de contenu .....</b>	<b>16</b>
6.3.1 Contenu.....	16
6.3.2 Formats .....	18
6.3.3 Plateformes .....	18
6.3.4 Calendrier.....	19
<b>6.4 Autres activités.....</b>	<b>21</b>
<b>7. OPÉRATIONS.....</b>	<b>22</b>
<b>7.1 Management.....</b>	<b>22</b>
<b>7.2 Organisation des cours .....</b>	<b>22</b>
7.2.1 Préscolaire .....	22
7.2.2 École de base.....	22
7.2.3 Loisirs .....	23
7.2.4 Compétition .....	23
7.2.5 Cohabitation Loisirs-Compétition .....	24
<b>7.3 Entraîneurs.....</b>	<b>24</b>
7.3.1 Entraîneur-chef.....	24
7.3.2 Entraîneur-assistant .....	24
7.3.3 Aide-entraîneur.....	24
7.3.4 Heures.....	25
<b>7.4 Salles .....</b>	<b>25</b>
7.4.1 Besoins.....	25
7.4.2 Comment trouver une salle .....	25
7.4.3 Surface .....	26
7.4.4 Engins .....	27
7.4.5 Salles annexes .....	27
<b>7.5 Programme.....</b>	<b>28</b>
7.5.1 Répartition Pré-scolaire – Loisirs – Compétition .....	28
7.5.2 Créneaux horaires.....	28
7.5.3 Programme.....	28
7.5.4 Effectifs.....	29
<b>8. FINANCES .....</b>	<b>31</b>
<b>8.1 Frais entraîneurs .....</b>	<b>31</b>
<b>8.2 Salle .....</b>	<b>31</b>
<b>8.3 Infrastructure .....</b>	<b>31</b>
<b>8.4 Sources de financement.....</b>	<b>31</b>
<b>8.5 Cotisations .....</b>	<b>31</b>
<b>9. PLAN D’ACTIONS .....</b>	<b>33</b>
<b>10. RÔLE DE GYMVAUD .....</b>	<b>34</b>

---

<b>10.1 Concept .....</b>	<b>34</b>
<b>10.2 Soutien GymVaud.....</b>	<b>34</b>
10.2.1 Soutien financier.....	34
10.2.2 Soutien technique.....	34
10.2.3 Soutien marketing .....	35
10.2.4 Soutien scolaire.....	35
<b>10.3 Appel à candidatures .....</b>	<b>35</b>
10.3.1 Label.....	35
10.3.2 Critères.....	35
10.3.3 Liste des pôles régionaux recherchés.....	36

# 1. INTRODUCTION

## 1.1 Situation actuelle et problématique du sport d'élite

Le travail sur la stratégie du sport d'élite à GymVaud et l'analyse de la situation a révélé que le sport d'élite a plusieurs problèmes aujourd'hui :

- Les exigences sont très élevées pour les gymnastes, les entraîneurs, les sociétés et les parents.
- Il n'y a que très peu de gymnastes et un manque d'encadrement (entraîneurs, mais aussi juges).
- Il n'y a que très peu de sociétés pratiquantes. Par conséquent, il n'est pas présent sur tout le territoire cantonal.
- Il est déconnecté du sport de masse.
  - La masse pratique un autre sport (Gymnastique & Danse, gymnastique aux agrès).
  - Il n'y a pas de passerelles entre la masse et l'élite.
  - Il n'y a pas de pratique possible en dehors de la « voie olympique ».
  - Il ne peut ainsi plus occuper sa fonction de motivateur pour la masse, ni utiliser la masse comme réservoir.
- Il n'y a pas d'infrastructures adéquates dans les sociétés.
- Il n'a pas de visibilité, ni de connaissances, dans la population pour attirer l'intérêt.
- Les changements sociétaux ne sont pas propices à l'engagement, à la rigueur et au travail à long terme.

## 1.2 Solution possible proposée par GymVaud

La professionnalisation partielle de la gymnastique d'élite est une solution prometteuse pour résoudre la totalité de ces problématiques. C'est la voie proposée par le Comité cantonal de GymVaud.

Cette voie demande du courage, mais surtout un changement des mentalités de la part des sociétés concernées. Il faudra abandonner l'image de la « gym du village » presque gratuite et portée exclusivement par des bénévoles, et accepter la nouvelle image d'une gym proposant des prestations de mouvements de qualité à un tarif horaire abordable mais à la hauteur de la prestation.

La problématique latente de toutes les sociétés de gym de ne plus trouver des moniteurs pour leurs groupes devrait faire réfléchir les acteurs à une professionnalisation qui va bien plus loin que le simple sport d'élite. Finalement, le succès des coachs sportifs de tout genre et dans tous les coins du canton montre que 20 francs par leçon n'est pas un tarif abusif.

Il n'est bien évidemment pas nécessaire de professionnaliser tous les groupes de toutes les sociétés du canton et de demander 20 francs à tous les gymnastes, mais c'est une direction nécessaire pour l'avenir du sport d'élite qui devrait être la vitrine et le motivateur de toute la gym.

## 1.3 Cible et objectif du document

Le présent document s'adresse à tout acteur potentiellement concerné par une discipline d'un sport gymnique d'élite, donc de la gymnastique artistique, de la gymnastique rythmique ou du

trampoline. Sont également des acteurs potentiellement concernés les sociétés pratiquant les disciplines de masse y relatifs, donc la gymnastique aux agrès et la gymnastique & danse.

L'objectif du document est de démontrer un chemin possible pour toute société ou association de sociétés de gymnastique désirant se lancer dans un projet de sport d'élite avec une infrastructure spécialisée permanente et un encadrement professionnel. Il démontre tous les aspects, notamment l'aspect financier, mais également l'exploitation et le marketing.

Le document est complété par un document annexe avec une série d'exemples en Suisse et à l'étranger qui fonctionnent avec ce modèle ou une partie de ce modèle.

**Avertissement.** Malgré toute la bonne volonté, ce document ne peut pas être recette de cuisine à suivre étape par étape.

Les situations sont différentes dans chaque village et dans chaque société. Il s'agit de tenir compte des spécificités de chaque cas pour définir la solution concrète, les étapes et le rythme qui conviennent.

Le rôle de GymVaud est d'accompagner les sociétés en question sur leur chemin vers la professionnalisation, mais les ressources doivent venir de l'intérieur.

## 1.4 Business plan

Ce document n'est pas seulement une explication du concept. Il est structuré de sorte qu'il puisse être pris comme modèle pour un business plan par une société. En y insérant sa propre vision et réalité, la société peut élaborer un business plan avec ce modèle et l'utiliser pour la communication et la recherche de partenaires et de fonds.

## 1.5 Principes fondamentaux de la solution

Il y a quatre principes fondamentaux qui sont abordés dans ce document.

### **Principe 1 : Nécessité d'une structure professionnelle dans le sport d'élite (infrastructure et encadrement)**

Les exigences du sport d'élite sont de plus en plus élevées. S'y ajoute un changement dans la société qui fait qu'il devient difficile, voire impossible, de trouver des entraîneurs bénévoles prêts à s'investir plus de 20 heures par semaine. Un encadrement professionnel combiné avec des entraîneurs-assistants bénévoles semble être la bonne approche.

Le fait de s'entraîner avec une infrastructure importante entre 20 et 30 heures par semaine, demande une salle spécialisée permanente.

### **Principe 2 : Financement du sport d'élite par la masse**

La gymnastique n'est pas un sport très médiatisé. Elle est aussi difficile à comprendre pour une large population, étant donné ses prescriptions de concours complexes. Ceci rend difficile le financement par le sponsoring et les billets d'entrée.

Le financement qui est utilisé dans toutes les structures et dans tous les pays, qui ont du succès, est le financement du sport d'élite par une grande masse. GymVaud est déjà structuré de la sorte avec ses Centres d'entraînement. Les coûts de ces Centres représentent 40% du budget global de GymVaud pour 2% des gymnastes. Le même principe doit s'appliquer à chaque structure locale ou régionale.

### **Principe 3 : Importance de la communication**

Le marketing et la communication sont un facteur important pour faire connaître les activités gymniques et pour attirer des gymnastes, des entraîneurs et des sponsors. La communication a pour but d'approcher les disciplines de la population d'après le principe « je ne peux pas adhérer à ce que je ne comprends pas. »

### **Principe 4 : Pôles régionaux**

En 2026, il n'est plus réaliste d'imaginer un grand nombre de sociétés pratiquant de la gymnastique d'élite au travers du canton. Les exigences techniques et en infrastructures sont devenues telles que nous devons unir les forces et les ressources à quelques endroits répartis sur le territoire vaudois. Il est néanmoins vital pour la survie du sport d'élite et le succès de la gymnastique vaudoise au niveau suisse et international d'ancrer les disciplines olympiques dans une large population de gymnastes dans tous les coins du canton afin de ne pas défavoriser une région ou passer à côté d'un éventuel talent.

Le concept de professionnalisation de l'encadrement et de l'infrastructure décrit dans ce document peut théoriquement s'appliquer à une société ou à un centre régional. GymVaudo préconise cependant une structure à trois niveaux avec

- au 1er niveau : L'ensemble des sociétés locales du canton qui s'occupent de la formation de base des gymnastes et de la détection de talents qui passeront ensuite au 2<sup>ème</sup> niveau.
- au 2<sup>ème</sup> niveau : Les pôles servant de centres régionaux de proximité avec une structure professionnelle et une infrastructure spécialisée permanente dans une ou plusieurs disciplines d'élite. Les gymnastes des groupes compétition auront la possibilité de passer des tests pour entrer au 3<sup>ème</sup> niveau.
- au 3<sup>ème</sup> niveau : Le Centre cantonal qui s'occupe des cadres vaudois et du lien avec la Fédération suisse et ainsi avec la gymnastique internationale. Les gymnastes auront la possibilité de passer des tests pour entrer dans les cadres suisses.

## 2. OBJECTIFS DES POLES

### 2.1 Vision

Toutes les 120 sociétés affiliées à GymVaud n'ont pas les possibilités, ni la vocation de proposer de la gymnastique de haut niveau. A l'extrême opposé, un Centre cantonal ne peut pas, à lui seul, remplir la mission de former l'élite de la gymnastique vaudoise.

C'est pour cette raison que les pôles régionaux collaborent avec les sociétés locales de leur région dans la formation de base et la détection des talents. Ces pôles sont des structures professionnelles régionales qui permettent à toute la population gymnique d'une région de pratiquer une discipline d'élite que ce soit à haut niveau ou comme activité de loisirs.

Les pôles régionaux permettent de

- pérenniser les disciplines olympiques de la gymnastique.
- ancrer la gymnastique olympique dans les régions.
- augmenter le nombre de gymnastes pratiquant le sport d'élite.
- élever le niveau de la gymnastique vaudoise.

### 2.2 Mission

La mission des pôles est de

- préparer les plus jeunes à une vie sportive dans la gymnastique ou toute autre discipline.
- permettre d'acquérir un bagage moteur varié à travers des activités motrices attractives et sécurisées tout en s'amusant.
- offrir à chacun la possibilité de pratiquer une des disciplines indépendamment de son âge, de ses capacités, et de ses disponibilités.
- former les compétiteurs de la gymnastique olympique de la région.
- créer une dynamique régionale de formation décentralisée avec les sociétés locales.
- faire connaître et rayonner la gymnastique olympique dans la région.
- former des gymnastes olympiques de haut niveau qui pourront intégrer le Centre cantonal et ensuite les cadres nationaux.
- former sa propre relève en termes d'encadrement.

### 2.3 Objections

Il y a beaucoup d'objections à cette manière de fonctionner dans les sociétés. Voici celles qu'on entend le plus souvent, ainsi que nos réponses.

Objections à participer en tant que pôle

- « C'est trop cher. »
  - Il faut adapter le modèle d'affaires des groupes pour récolter plus de cotisations. Sans changement de structure, aucune société n'est capable de financer une salle spécialisée et un entraîneur.
- « Nous sommes convaincus, mais les autres (les sociétés locales) ne veulent pas collaborer. »

- En montrant les avantages pour la gymnastique, pour les gymnastes, mais aussi pour la société locale, les sociétés pourraient être intéressées.

#### Objections à collaborer avec un pôle en tant que société

- « Tout va bien chez moi. Je n'ai rien à y gagner. »
  - Une vitrine pour notre sport, la création de rêves, donc d'une motivation.
  - Une solution au problème de masse en agrès avec une extension vers le haut pour les meilleurs gymnastes.
  - Préparation physique et technique de qualité pour un meilleur résultat et moins de blessures.
  - Possibilité de participer à des compétitions internationales, même en tant que société.
  - Augmenter le niveau technique des actifs au retour des gymnastes après une période en sport d'élite.
- « Nous avons déjà assez de peine à trouver des salles et des moniteurs pour nos groupes existants. »
  - Au départ, il ne s'agit pas de créer des groupes supplémentaires, mais simplement de réorganiser le contenu technique.
  - La création d'une nouvelle dynamique amène aussi d'autres personnes.
  - Il ne faut pas se baser uniquement sur l'existant. Tout est à repenser, les salles, les moniteurs, etc.
- « Ça ne nous concerne pas. Ce n'est que pour quelques sociétés. »
  - Tout le monde est concerné par le sport de haut niveau. C'est le haut niveau qui incite les jeunes à commencer un sport.
- « Je ne veux pas qu'on me vole mes gymnastes. »
  - Tout le monde aime travailler avec des bons gymnastes, mais il faut penser plus loin que son propre confort. Permettre à un gymnaste d'aller plus loin est aussi une satisfaction. En plus, ça élève le niveau de tout le monde, quand un ancien gymnaste d'élite retourne dans sa société pour faire partie des actifs.
  - Il ne faut pas oublier que les sociétés vaudoises qui brillent en concours de sociétés en agrès, le font généralement grâce à leurs anciens gymnastes à l'artistique.

## 3. ANALYSE DU MARCHÉ

### 3.1 Tendances

#### 3.1.1 La gymnastique olympique vaudoise, un sport à l'avenir incertain

La gymnastique olympique vaudoise souffre d'un sous-effectif.

Seulement quelques sociétés vaudoises forment des gymnastes dans ces disciplines.

Les exigences croissantes demandent un investissement important de la part des sociétés, des gymnastes, des entraîneurs et des parents.

Les changements sociétaux font que le volontariat n'arrive plus à fournir l'encadrement nécessaire à la pratique sérieuse de ces sports.

Aujourd'hui, une professionnalisation des entraînements dans des salles spécialisées équipées en permanence devient indispensable.

Avec le fonctionnement actuel, les sociétés locales n'ont ni les finances, ni les infrastructures pour continuer leurs activités dans des conditions adéquates.

Une réadaptation du modèle d'affaires devient nécessaire pour assurer un encadrement et des infrastructures nécessaires à la pratique de ces sports.

#### 3.1.2 Une société sportivement polarisée

Les enseignants à l'école obligatoire se rendent compte que beaucoup d'enfants ne sont plus à l'aise dans leur corps et ne sont plus capables de maîtriser les gestes moteurs courants dès que l'environnement devient un peu plus compliqué.

Nous observons certes un engouement vers toujours plus de sport, avec une intensité croissante dans une certaine partie de la population, mais statistiquement, nous constatons une diminution des capacités sportives due à la sédentarité provoquée, entre autres, par l'utilisation excessive des écrans en tout genre et au fait que tout est considéré comme dangereux, donc interdit.

### 3.2 Marché cible

En tant qu'association cantonale, nous ciblons le territoire vaudois.

La première cible géographique sont les sociétés de gymnastique pratiquant aujourd'hui une ou plusieurs disciplines olympiques.

Par la suite, toutes les sociétés vaudoises sont potentiellement visées.

- Comme la gymnastique olympique nécessite beaucoup d'investissements, aussi financiers, les grandes sociétés du canton sont les premières visées.
- En revanche, toute société peut apporter sa pierre à l'édifice en participant à la préparation de base des gymnastes en collaborant avec un pôle, soit aux engins (pour la gymnastique artistique), soit à la gymnastique (pour la gymnastique rythmique).
- Le trampoline étant une excellente préparation, voire un engin indispensable, pour tous les sports acrobatiques, toute société vaudoise devrait le pratiquer.

### 3.3 Profiles-clients

Tous les jeunes en âge préscolaire et scolaire sont concernés, filles et garçons pour la gymnastique artistique et le trampoline, les filles pour la gymnastique rythmique.

### 3.4 Cotisations

Le concept proposé est basé sur des cotisations bien plus élevées que ce qui se pratique traditionnellement dans des sociétés de gymnastique et ceci pour les raisons suivantes.

- La gymnastique est un loisir bien moins cher que ses concurrents.
- La gymnastique de haut niveau est spécialement bon marché étant donné le nombre d'heures d'entraînement.
- Un entraînement donné par des entraîneurs qualifiés (parfois professionnels) mérite une cotisation à la hauteur de la prestation.

La popularité de la gymnastique est un avantage pour nous, car GymVaud compte 120 sociétés sur les 300 communes du canton. C'est une excellente base pour atteindre toute la population. En revanche, la tradition des cotisations modérées et la mentalité de valoriser surtout le mouvement pour le bien-être mais de décrier le sport de haut niveau ne sert pas notre cause.

A cela s'ajoute le fait qu'une grande majorité ne connaît pas la différence entre la gymnastique artistique et la gymnastique aux agrès, respectivement entre la gymnastique rythmique et la gymnastique & danse. Leur demander une cotisation cinq fois plus élevée dans une structure professionnelle que dans la société de leur village n'est pas compréhensible, d'où l'importance de bien communiquer.

Beaucoup de familles ont les moyens et la volonté de payer des cotisations à la hauteur de la qualité de la prestation. Elles sont capables de faire la différence entre des prestations de basse et de haute qualité.

Il est évident que certaines familles ne peuvent pas se permettre de payer des cotisations élevées. Dans ce cas, un financement croisé peut être envisagé qui finance les cotisations des familles moins aisées par les cotisations plus élevées des familles plus aisées.

## 4. ANALYSE CONCURRENTIELLE

### 4.1 Concurrents

#### 4.1.1 Tous les autres sports

La gymnastique est traditionnellement la porte d'entrée vers le monde sportif. Avec son offre débutant depuis toujours avec le groupe parents-enfants, donc l'âge préscolaire, les sociétés de gymnastique ont toujours formé la base de l'activité sportive.

Aujourd'hui, de plus en plus de sports créent des groupes « Kids », « Mini », « Bébé », etc. en intégrant des enfants de plus en plus jeunes.

#### 4.1.2 Les centres de loisirs

Les pouvoirs publics et les sociétés privées inondent le marché avec une offre croissante, soit de cours, soit d'activités libres.

#### 4.1.3 Nos propres sociétés de gymnastique

Avec 120 sociétés dans le canton, la gymnastique couvre tout le territoire vaudois. C'est un avantage considérable pour une formation motrices de proximité et abordable.

Seulement, la pratique de tarifs traditionnellement très bas n'est pas en accord avec une professionnalisation.

### 4.2 Défis

Trouver des salles adaptées.

Trouver un encadrement (suffisant en qualité et quantité).

Se positionner face aux sociétés locales.

Fournir et expliquer la différence des prestations pour justifier un prix plus élevé.

Trouver un nombre suffisant de gymnastes pour faire tourner le pôle.

Convaincre les sociétés locales voisines de collaborer.

### 4.3 Risques

Il y a un risque réel de ne pas trouver de

- Salles
- Entraîneurs
- Gymnastes
- Argent

Les sociétés ne voient pas l'intérêt de collaborer, soit par idéologie ou auto-suffisance, soit par manque de connaissance ou vision. Beaucoup sont tellement absorbées par leurs soucis opérationnels qu'elles n'arrivent pas à avoir une réflexion stratégique à long terme.

#### **4.4 Chances**

Nouveau projet de soutien au sport cantonal.

Engouement pour les sports acrobatiques.

Bonne connaissance de préparation physique et technique à travers le canton.

Large base de sociétés de gymnastique couvrant tout le territoire vaudois.

## 5. OFFRE DE SERVICES

### 5.1 Gymnastique préscolaire

(Jardin du mouvement, parfois appelé bébé-acro)

Acquérir un large bagage moteur basé sur les enseignements des parents-enfants.

Au premier niveau, il y a un modèle parents-enfants, mais dans un environnement aménagé pour la découverte et le développement moteur. Le tout est surveillé et motivé par un professionnel.

Au deuxième niveau, il y a une évolution en parcours pour expérimenter toutes les familles de mouvement, telles que sauter, courir, rouler, se suspendre, balancer/élancer, se mettre en appui, etc.

On proposera 1 entraînement de 45 minutes par semaine sur une année scolaire. Les parcours sont étudiés et planifiés avec une difficulté croissante pendant toute l'année.

### 5.2 École de base

Travail de base en force et souplesse, ainsi qu'à tous les engins, indépendamment de l'orientation future

- Agrès : sol, saut (tremplin, booster et minitrampoline), barres parallèles, barre fixe, poutre, cheval d'arçons, anneaux fixes et anneaux balançants
- Gymnastique : sans engin, ballon, ruban, cerceau, massues, corde

Le travail peut se faire de plusieurs manières

- Ensemble
- Par ateliers

### 5.3 Gymnastique loisirs

(Engins de compétition)

Évoluer dans un environnement structuré par engin.

1 ou plusieurs entraînements de 60 à 90 minutes par semaine sur une année scolaire en travaillant les engins de la discipline.

Il n'est pas obligatoire de travailler tous les engins. Le plaisir doit être l'objectif numéro un. Pour ceci, il est indispensable de proposer des formes plus libres, moins contraignant qu'en gymnastique traditionnelle.

Le but n'est pas de participer à des compétitions, mais pour les gymnastes qui le souhaitent, un petit nombre de concours peut être organisé. En revanche, il est fortement recommandé d'organiser des spectacles comme des gala de gymnastiques et la participation à la vie des villages.

### 5.4 Gymnastique de compétition

Travail sur/avec les engins afin de créer des routines pour participer à des compétitions cantonales et nationales.

Le pilier de base est le programme de la Fédération Suisse de Gymnastique qui édite les prescriptions de concours avec une progression orientée vers une participation à des compétitions internationales (sport d'élite de haut niveau).

Pas tous les gymnastes commencent à 4 ans et sont d'accord de s'entraîner 20 à 30 heures par semaine. D'autres ne sont simplement pas en mesure de remplir les exigences techniques d'une telle compétition. Pour cette raison, des catégories simplifiées ou des catégories de sport de masse (gymnastique aux agrès, gymnastique & danse) peuvent être proposées à ces gymnastes.

## 5.5 Autres

Pour rentabiliser l'infrastructure, d'autres services peuvent être proposés, p.ex.

- Drop-in (séances libres parent-enfant sous surveillance d'un moniteur)
- Camps de vacances
- Stages les week-ends
- Fêtes d'anniversaires

## 6. MARKETING

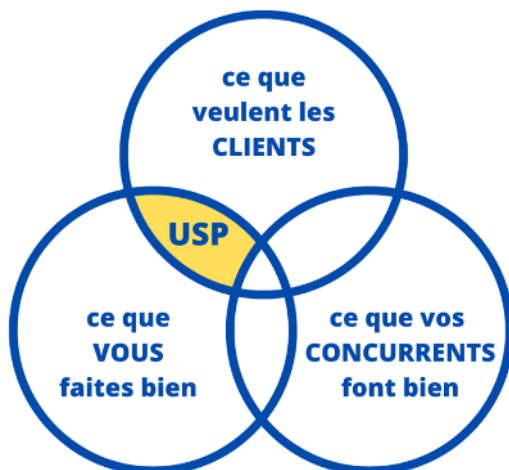
### 6.1 Branding / Marque

Pour une présence cohérente avec un impact sur l'audience cible, il faut établir une marque, ce qui revient à définir

- le nom
- la personnalité
- le logo
- les couleurs
- la police d'écriture
- la voix et la tonalité
- le style d'images

### 6.2 Positionnement et messaging

Pour éviter qu'on fasse la même chose que tout le monde, un produit doit se positionner de manière unique. Ce qui le différencie de toutes les alternatives s'appelle USP (Unique Selling Proposition, proposition de vente unique).



Le message, notamment sur le site internet, est défini par une accroche et une description de service qui doivent montrer en un instant avec clarté

- à qui on s'adresse (notre public cible principal)
- à quel problème, besoin ou désir on répond
- quelle est l'offre
- quel résultat on peut attendre quand on vient chez nous
- comment nous nous différencions des solutions alternatives (des autres sports, voire de la « gym du village »)

## 6.3 Marketing de contenu

Les clients ont beaucoup de questions et nous pouvons répondre avec du marketing de contenu et ainsi créer une relation de confiance. Il s'agit de donner de la valeur par l'information/éducation.

Par exemple, le site Answerthepublic.com fournit les questions que les internautes ont fréquemment posées. On y trouve, p.ex. (traduit de l'anglais)

- ce que la gymnastique vous apprend
- ce que la gymnastique m'a appris
- quelles sont les gymnastiques existantes
- quelle gymnastique devrais-je faire ?
- comment la gymnastique aide/affecte votre corps
- comment la gymnastique a commencé
- comment la gymnastique est devenue un sport
- comment la gymnastique est-elle notée ?
- comment la gymnastique a changé
- quand la gymnastique tourne mal
- quand la gymnastique a été inventée
- pourquoi la gymnastique est cool
- la gymnastique peut-elle freiner votre croissance ?
- la gymnastique peut-elle provoquer une scoliose ?

### 6.3.1 Contenu

Le contenu doit être éducatif, informatif, inspirant, motivant et parfois divertissant.

Le grand problème des sports gymniques est qu'ils sont difficiles d'accès, car pas suffisamment connus. Quand un sport est compliqué au point que le public ne le comprenne pas, les gens ne s'y intéressent pas. Il est de notre devoir d'expliquer notre sport pour le rendre accessible, donc plus intéressant.

Voici une liste non exhaustive (mais quand même assez étoffée) de sujets qui peuvent être traités sur les réseaux et sur le site internet sous forme d'articles.

#### Éducation

Comment faire (bibliothèque pour sociétés et inspiration pour non-membres), ainsi que conseils et astuces (quoi ? pourquoi ? comment ?)

Technique

Préparation physique (force, souplesse) et mentale

Nutrition

Expliquer la gymnastique

Sports gymniques

Engins

Matériel (technicité des engins, engins/matériel auxiliaires)

Notes/jugement

Catégories

Compétitions

Carrière de gymnaste  
Bienfaits de la gymnastique  
Comparaison  
    Artistiques vs. Agrès  
    GR vs. Gymnastique  
    Trampoline olympique vs. jumppark

### **Information**

Annonces et résultats/comptes-rendus des événements  
    Compétitions (dates, lieux, horaires)  
    Gala, shows, soirées  
    Stages  
Raconter la vie du pôle  
    Les gymnastes, le management, le staff (spotlight on...)  
    Témoignages de membres satisfaits  
    Préparation physique  
    Préparation mentale  
    Entraînement aux engins  
    Dans les coulisses  
        Repas  
        École, sport-études  
        Suivi médical, physio  
        Nouveau dans la salle (engin, engin auxiliaire, staff)  
Le monde de la gymnastique  
    Nouvelles  
    Tendances  
    Recherche scientifique

### **Inspiration, motivation**

Parcours de gymnastes  
Appel à participation

### **Challenge**

Corriger les idées préconçues, déconstruction de mythes  
    « Le sport d'élite, c'est de la maltraitance. »  
    « Les entraîneurs sont méchants. »  
    « C'est mauvais pour la santé. Ils auront tous des problèmes plus tard. »  
    « Il y a beaucoup d'abus (éthique). »  
    « Il faut se focaliser sur la formation (école, études, apprentissage), le sport n'est qu'un loisir. »  
    « On leur vole l'enfance à ces jeunes. »

« La gymnastique est facile, p.ex. on peut apprendre un salto en 15min avec un tuto sur YouTube. »

### **Divertissement**

Créer une émotion (images et vidéos “wow”)

Éléments difficiles

Photos artistiques (en/hors concours)

Montages vidéo de concours ou de spectacles

Ratés (bêtisier)

Scènes amusantes de la vie de la salle

Moments de plaisir, de rigolade

Mèmes

Gymnastique en lieux insolites (ville, paysage)

### **Réflexion**

Danger de la pratique si fait n'importe comment (accidents, séquelles à long terme)

### **Engagement**

Sondages pour un retour du terrain

### **6.3.2 Formats**

Le contenu peut être présenté en différents formats, comme

- textes (le plus facile, mais moins d'impact)
- images pour accompagner un texte
- vidéos (plus long/difficile à faire, mais plus d'impact)

### **6.3.3 Plateformes**

Le contenu dans son format peut être véhiculé par différentes plateformes.

### **Site internet**

Information complète de l'offre et des enjeux

Contenu éducatif sous forme d'articles

### **Newsletter (interne, externe)**

Interne (pour personnes membres)

- Information sur la vie du pôle

Externe (pour personnes intéressées mais non-membres)

- Marketing de contenu comme décrit plus haut (éduquer, informer, inspirer, challenger, divertir, faire réfléchir, engager)

## Presse

- Communication grand public pour se faire connaître, p.ex. portrait ou annonce/compte-rendu manifestation

## Réseaux sociaux (Instagram, Facebook)

Identique à newsletter externe

## Blog

Identique à newsletter externe

## Email

Vecteur pour newsletter

Informations ponctuelles, p.ex. annonce manifestations, promotions

### 6.3.4 Calendrier

Il est important d'être régulier sur le long terme. L'intensité dépend des ressources à disposition. L'impact est d'autant plus grand qu'on investit du temps.

L'argent est secondaire. Nous ne miserons pas sur du contenu payant, donc tout est fabriqué en interne et nécessite des outils de prise et de traitement d'audio, photo et vidéo, ainsi que de publication.

Les calendriers de publication suivants avec investissement croissant sont des exemples de *FixFox Marketing* et donnent une idée comment structurer un plan de communication et le faire grandir avec le temps.

Content Calendar #1							Monthly Time Invested = 7.5 Hours
Mon	Tues	Wed	Thurs	Fri	Sat	Sun	
Gym Monthly Update		Quote	Email	Promotional Content			
Quote		Quote		Athlete Spotlight			
Quote		Quote		Promotional Content			
Quote		Quote	Blog	Coach Of The Month			
Quote		Gym Monthly Recap					

**Content Calendar #2** Monthly Time Invested = 8.5 Hours

Mon	Tues	Wed	Thurs	Fri	Sat	Sun
Quote		Gym Monthly Update	Promotional Content		Athlete Spotlight	
Quote		Email	Quote		Story	
Quote		Blog	Promotional Content		Coach of the Month	
Quote		Email	Quote		Story	
Quote		Gym Monthly Recap				

**Content Calendar #3** Monthly Time Invested = 11 Hours

Mon	Tues	Wed	Thurs	Fri	Sat	Sun
Quote		Athlete Spotlight		Email		
Quote		Promotional Content		Blog		
Quote		Athlete Spotlight		Video		
Quote		Promotional Content		Blog		
Quote		Coach of the Month				

**Content Calendar #4** Monthly Time Invested = 15 Hours

Mon	Tues	Wed	Thurs	Fri	Sat	Sun
Quote	Promotional Content	Gym Monthly Update	Email	Helpful Tips		
Quote	Helpful Tips	Story	Blog	Helpful Tips		
Quote	Helpful Tips	Promotional Content	Helpful Resource	Helpful Tips		
Quote	Promotional Content	Promotional Content	Gym Monthly Recap	Helpful Tips		
Quote	Helpful Tips	Coach of the Month				

Content Calendar #5				Monthly Time Invested = 21 Hours		
Mon	Tues	Wed	Thurs	Fri	Sat	Sun
Gym Monthly Update	Helpful Tips	Video	Promotional Content	Email		
Quote	Story	Complete Guide	Quote	Blog		
Quote	Helpful Tips	Historical Athlete Recognition	Promotional Content	Video		
Quote	Story	Coach of the Month	Quote	Email		
Gym Monthly Recap	Helpful Tips	Athlete of the Month				

## 6.4 Autres activités

Vente de pâtisseries au village

Intervention gymnique aux différentes manifestations communales

Soirée de gym / Gala

## 7. OPERATIONS

### 7.1 Management

Le pôle est géré par un management. Celui-ci peut être fourni par une société de gymnastique ou par une entité légale à part (club, association).

Les rôles suivants sont nécessaires. (ce sont des rôles, pas des personnes distinctes)

- Responsable général : Vision, stratégie, relations
- Responsable administratif/opérationnel : gestion des salles, du staff, des membres, des activités, du calendrier
- Responsable technique : établissement et gestion du programme éducatif et des entraîneurs et aide-entraîneurs ; rôle en général assumé par l'entraîneur chef
- Responsable des finances : gestion du budget, de la comptabilité, du sponsoring, des cotisations, des paiements

### 7.2 Organisation des cours

Selon l'offre établie précédemment, les cours s'organisent comme suit.

#### 7.2.1 Préscolaire

Taille d'un groupe : 6 enfants

Durée d'un entraînement : 45 minutes

Nombre d'entraînements par semaine : 1x

Age 1 : 18 mois à 3 ans (préscolaire 1)

Age 2 : 3 à 4 ans (préscolaire 2)

Prix : 10.-/leçon = 350.-/an (35 semaines)

Les préscolaires ont des horaires plus souples. Ils occupent les heures du matin et du début d'après-midi, p.ex. 10h-12h et 14h-16h, sauf mercredi après-midi pour permettre aux plus grands de s'entraîner pendant l'après-midi de congé.

Plusieurs groupes peuvent tourner en même temps (en parcours ou ateliers). Chaque groupe est surveillé par un entraîneur ou aide-entraîneur. Un entraîneur est présent, secondé par un ou plusieurs aide-entraîneurs afin que chaque groupe ait son entraîneur dédié.

Plusieurs créneaux peuvent avoir lieu par jour.

Le premier âge (préscolaire 1) peut/devrait être accompagné des parents, les préscolaires 2 peuvent venir seuls.

#### 7.2.2 École de base

Il est intéressant de travailler les bases pour les disciplines de masse et d'élite ensemble et passer à une séparation plus tard :

	Sport de masse	Sport d'élite
Engins	Agrès	Artistique
Gymnastique	Gym & Danse	GR

L'école de base se situe directement entre le préscolaire et les groupes de loisirs et de compétition.

### 7.2.3 Loisirs

La dénomination n'est pas importante (loisirs, détente, plaisir). Nous avons choisi « loisirs », mais chaque club/pôle peut choisir sa propre dénomination.

Taille d'un groupe : 6 enfants

Durée d'un entraînement : en fonction de l'âge (voir groupes d'âge)

Nombre d'entraînements par semaine : 1x (avec possibilité de s'inscrire à plusieurs cours)

Age 1 : 5 à 6 ans (45 minutes) (loisirs 1)

Age 2 : 7 à 9 ans (60 minutes) (loisirs 2)

Age 3 : 10+ (90 minutes) (loisirs 3)

Age 4 : Avancés (90 minutes) (loisirs 4)

Prix : 15-20.-/leçon (dépend de la durée) = 525-700.-/an (35 semaines) ; peut être dégressif si plusieurs entraînements par semaine, p.ex. 1x 700.-, 2x 1260.- (-20%), 3x 1680.- (-40%)

Les gymnastes des groupes loisirs étant scolarisés, ils s'entraînent dès la fin d'après-midi (dès 16h, voire 17h, selon les horaires de l'établissement local).

Plusieurs groupes s'entraînent en même temps. Chaque groupe à un engin (GAF : 4, GAM : 6, GR : 4, TRA : nombre de trampolines). Chaque groupe est surveillé par un entraîneur ou aide-entraîneur. Un entraîneur est présent, secondé par un ou plusieurs aide-entraîneurs afin que chaque groupe ait son entraîneur dédié.

Loisirs rime avec plaisir. Le plaisir et la satisfaction de réussir des mouvements sont l'essentiel de cette catégorie. Pour cette raison, il n'est pas judicieux de forcer les participants à s'entraîner sur tous les engins, mais uniquement ceux qui les intéressent. Il est clair que ceci ajoute une difficulté supplémentaire dans la planification des groupes, surtout avec un nombre de gymnastes élevé, mais c'est indispensable pour maintenir le plaisir.

### 7.2.4 Compétition

#### Sport d'élite

Taille d'un groupe : 6 gymnastes

Durée de l'entraînement : 3h

Nombre d'entraînements par semaine : croissant avec l'âge (2x à 5x = 6h à 15h)

Groupes d'âge : selon le programme de compétition FSG

PP/P1

P2/P3

P4-P6

Prix : 2000.-/an (non compris : compétitions, licence, déplacements, tenue)

Le prix peut être croissant avec le nombre d'entraînements hebdomadaires.

#### Sport de masse

Taille d'un groupe : 6 gymnastes

Durée de l'entraînement : 2h

Nombre d'entraînements par semaine : croissant avec l'âge (2x à 3x = 4h à 6h)

Groupes d'âge :

- Si sport de masse = agrès / Gymnastique & Danse : selon le programme de compétition FSG
- Si sport de masse = sport d'élite light : programme local ou cantonal

Prix : 350.-/entraînement/an (non compris : compétitions, déplacements, tenue)

### **7.2.5 Cohabitation Loisirs-Compétition**

Les deux catégories utilisent

- les mêmes tranches horaires
- les mêmes engins

La répartition doit donc se faire soit

- par engin (répartition physique)
- par heure (p.ex. 1h pour Loisirs, 3h pour Compétition)
- par jour (p.ex. mercredi pour Loisirs)

La répartition concrète dépend des objectifs et des effectifs du club.

## **7.3 Entraîneurs**

1 entraîneur-chef

1 à 3 assistants en fonction du nombre de groupes en parallèle

### **7.3.1 Entraîneur-chef**

Nombre : 1

Salaire fixe, breveté, travaille à un pourcentage contractuel

Gestion du centre

### **7.3.2 Entraîneur-assistant**

Nombre : 1

Salaire fixe, breveté, travaille à un pourcentage contractuel

Peut remplacer entraîneur-chef (formation, maladie, accident, démission)

### **7.3.3 Aide-entraîneur**

Nombre : en fonction du nombre de groupes en parallèle et de la disponibilité

Échangeable, formé, volontaire indemnisé, travaille à l'heure

Surveillance de groupe, ne peut pas remplacer un entraîneur

### 7.3.4 Heures

Un 100% correspond à 30h dans la salle et 10h de préparation/gestion.

50% : 15h salle, 5h gestion.

Lors du lancement il y a moins d'heures dans la salle (effectif croissant), mais tout le programme doit être élaboré (contenu des leçons), ce qui compense.

## 7.4 Salles

### 7.4.1 Besoins

La gymnastique a besoin d'une salle spécialisée permanente. Le nombre d'engins et le temps nécessaire pour les monter, ne permet pas de monter et démonter toute une salle à chaque entraînement.

La gymnastique artistique et, dans une moindre mesure, le trampoline ont besoin d'une fosse de réception pour entraîner en toute sécurité des éléments difficiles avant la maîtrise complète. Pour limiter les coûts, un pôle peut fonctionner sans fosse, mais les possibilités techniques seront limitées. Il existe aujourd'hui des fosses surélevées qui ne nécessitent pas de creuser dans le sol.

Les cours préscolaires peuvent avoir lieu sur les surfaces des autres groupes, notamment sur la surface de sol. Pour un enseignement optimal et une mise en place rapide, une surface dédiée avec du matériel éducatif approprié est fortement recommandée. Cette surface n'a pas besoin d'être grande, mais elle doit être bien équipée pour permettre de faire des expériences motrices riches et variées.

### 7.4.2 Comment trouver une salle

Plusieurs possibilités existent pour se doter d'une salle d'entraînement. En voici les principales.

#### Travailler dans les salles existantes

Au départ, il ne sera pas possible de disposer d'une salle spécialisée. Les premiers mois/années se dérouleront dans les salles actuelles.

L'inconvénient des salles existantes communales et scolaires est la disponibilité et l'impossibilité d'y installer des engins de manière permanente.

#### Construction d'une salle attachée à un projet

Les communes peuvent avoir des projets de nouvelles salles de gymnastique ou de nouvelles écoles sur lesquels le pôle pourrait se greffer.

Dans le même sens, il pourrait y avoir un projet privé industriel ou autre sur lequel le pôle pourrait se greffer.

Finalement, différents sports pourraient se réunir pour réaliser un projet commun.

L'inconvénient de cette possibilité est que des projets d'envergure ne se réalisent pas souvent. Une longue attente avec beaucoup de déceptions est le résultat. En plus, les collectivités

publiques et les investisseurs privés ont généralement des exigences plus coûteuses qu'une société de gymnastique.

### **Construction d'une salle individuelle**

Avec un terrain propice et le financement nécessaire, un projet peut rapidement sortir de terre sans devoir attendre l'avancement d'autres projets.

L'inconvénient est que les terrains sont rares et la Loi sur l'aménagement du territoire LAT ne travaille pas en notre faveur.

Les coûts de construction ne sont pas excessifs. Des constructions simples certifiées Minergie ou des bâtiments préfabriqués de type Farmwood ont un coût raisonnable, probablement bien plus bas que de se joindre à un autre projet.

### **Aménagement d'une halle industrielle ou artisanale existante**

Une ancienne halle industrielle peut être plus vite trouvée qu'un terrain vierge.

Il y a néanmoins des inconvénients.

- L'avenir de la halle peut être incertain, car dépendant d'un futur réaménagement du quartier ou d'une utilisation plus lucrative pour le propriétaire.
- Une halle industrielle peut être un gouffre financier à cause de l'inefficacité énergétique.
- La hauteur nécessaire pour la GR et le trampoline exclue souvent cette solution, à moins que deux, voire trois, niveaux puissent être réunis en enlevant le plancher/plafond ou qu'on puisse trouver une halle plus haute, comme un silo à grains.

Une fois la salle trouvée, elle doit être transformée. Pour économiser des frais, des bénévoles, surtout des professionnels du bâtiment peuvent être d'une grande aide.

### **7.4.3 Surface**

La surface dépend de

- le nombre de gymnastes à accueillir
- les disciplines à pratiquer
- l'exigence gymnique (salles/engins auxiliaires, fosse de réception, surface praticable, tumbling)

Les exigences de la gymnastique sans compromis majeurs demandent vite une surface importante (praticable 12x12, fosse de réception pour la plupart des engins), ce qui nécessite un grand nombre de gymnastes pour récolter suffisamment de cotisations pour équilibrer le budget. Une salle de 1000 m<sup>2</sup> est vite nécessaire pour la GAF/GAM. GR et trampoline nécessitent un peu moins de place, mais demandent une hauteur supplémentaire (GR FSG : 8m (recommandé 9m), TRA FSG : 8m (international 10m)).

Ceci dit, avec des exigences moindres (pas de 12x12, pas de fosse, 1x chaque engin) il est possible de tenir sur une surface bien plus petite (p.ex. FSG Montreux qui inclut quand même une fosse et un trampoline encastré, mais une simple piste de sol courte, sur env. 250 m<sup>2</sup>).

### 7.4.4 Engins

#### GAF

Engin	Dimension	Minimum	Mieux	Avec fosse*
Sol	14x14	1*		
Tumbling	30m	0	1	1
Saut	30m	1		+1
Barres		1		+1
Barre simple		0	1	+1
Poutre		2		+1
Trampoline		1		+1

\* Il est possible de s'entraîner sur une piste de 12 à 17m et sans fosse

#### GAM

Engin	Dimension	Minimum	Mieux	Avec fosse*
Sol	14x14	1*		
Tumbling	30m	0	1	1
Saut	30m	1		+1
Barre fixe		1	2	+1
Barres parallèles		1	2	+1
Cheval d'arçons		1	2	
Champignon		2		
Anneaux		1		+1
Trampoline		1		+1

\* Il est possible de s'entraîner sur une piste de 12m et sans fosse

#### GR

Engin	Dimension	Minimum	Mieux
Sol	14x14	1	2

1 sol pour 12 gymnastes

#### TRA

Engin	Minimum
Trampoline	1

1 trampoline pour 4 gymnastes

+ espace pour échauffement et préparation physique

### 7.4.5 Salles annexes

Technique

- Local à matériel

- Salle de ballet
- Salle de musculation
- Salle de physio, massage, médicale

#### Autres

- Salle/coin bureau/réunion
- Accueil, attente
- Toilettes
- Vestiaires
- Casiers
- Coin café/frigo
- Parking, zone de dépose

## 7.5 Programme

### 7.5.1 Répartition Pré-scolaire – Loisirs – Compétition

- 50% préscolaire (important, car horaires différents)
- 40% loisirs
- 10% compétition (coûte le plus cher)

### 7.5.2 Créneaux horaires

Exemple :

	lundi	mardi	mercredi	jeudi	vendredi	samedi	dimanche
08h00							
09h00						C	
10h00	P	P	P	P	P	C	
11h00	P	P	P	P	P	C	
12h00							
13h00							
14h00	P	P	C/L	P	P		
15h00	P	P	C/L	P	P		
16h00	C/L	C/L	C/L	C/L	C/L		
17h00	C/L	C/L	C/L	C/L	C/L		
18h00	C/L	C/L	C/L	C/L	C/L		
19h00	C/L	C/L	C/L	C/L	C/L		
20h00	A	A	A	A	A		
21h00	A	A	A	A	A		
	préscolaire						
	loisirs						
	compétition						
	adultes (16+)						

### 7.5.3 Programme

#### Préscolaire

Précolaire 1 : libre

Précolaire 2 : parcours prédéfinis

### Loisirs

Échauffement

Engins (1, 2 ou 3 engins par entraînement)

Retour au calme

### Compétition

Répartition des engins sur les différents jours

#### 7.5.4 Effectifs

Exemple :

<b>Précolaire</b>		<b>Gymnastes</b>
Gymnastes/groupe	6	
Groupes en parallèle	3	18
Durée	60min	
Cours/jour	4	72
Jours/semaine	4.5	324

<b>Loisirs</b>	<b>GAF</b>	<b>Gymnastes</b>
Gymnastes/groupe	8	
Groupes (engins)	2	16
Durée	90min	
Cours/jour	1	16
Jours/semaine	5	80
	<b>GAM</b>	
Gymnastes/groupe	8	
Groupes (engins)	2	16
Durée	90min	
Cours/jour	1	16
Jours/semaine	5	80
	Loisirs	160

<b>Compétition</b>	<b>GAF</b>	<b>Gymnastes</b>	
Gymnastes/groupe	6		
Groupes (engins)	4	24	
Durée	3		
Cours/jour	1	24	
Jours/semaine	5	15 h	
	<b>GAM</b>		
Gymnastes/groupe	3		
Groupes (engins)	6	18	
Durée	3		
Cours/jour	1	18	
Jours/semaine	5	15 h	
	Compétition	42	
	Total	526	

Les nombres réels peuvent être calculés à l'aide de la feuille Excel.

## 8. FINANCES

### 8.1 Frais entraîneurs

Un 100% pour un entraîneur correspond à environ 100'000.-/an, toutes charges comprises.

Un aide-entraîneur est payé

- 10 à 15.-/h pour un volontaire de la société
- 35.-/h pour un professionnel du sport

### 8.2 Salle

Suivant l'option de la salle choisie, le financement varie.

- Location
- Intérêts + amortissement

Une fois la salle trouvée, elle doit être transformée. Pour économiser des frais, des bénévoles, surtout des professionnels du bâtiment peuvent être d'une grande aide.

### 8.3 Infrastructure

Le poste le plus important sont les engins, y compris la fosse de réception (surélevée). Il n'y a pas d'autre possibilité que de les acheter, neuf ou d'occasion.

D'autres frais d'infrastructure concernent le mobilier pour l'accueil, les vestiaires et les rangements.

### 8.4 Sources de financement

Cotisations

Subsides

Sponsoring

Clubs de soutien

Financement participatif (crowdfunding)

Organisation de manifestations (compétitions)

Merchandising

Spectacles (gala)

### 8.5 Cotisations

Les préscolaires payent par leçon, les loisirs et compétitions par mois/année.

Exemple :

	Gymnastes	par leçon	par mois	par année	Total
	250				
Préscolaire	125	10.00 CHF	40.00 CHF	400.00 CHF	50'000.00 CHF
Loisirs	100	15.00 CHF	60.00 CHF	600.00 CHF	60'000.00 CHF
Compétition	25		200.00 CHF	2'000.00 CHF	50'000.00 CHF
					160'000.00 CHF

## 9. PLAN D' ACTIONS

### Définition du projet

- Disciplines (GAF, GAM, GR, TRA, agrès, société, autre)
- Couverture régionale
- Exigences/souplesse (géographie, collaboration)
- Objectifs
- Envergure
- Étapes de développement

### Création de la structure

- Parties prenantes
- Entité légale (si différent d'une société existante)

### Recherche des ressources

- les personnes responsables
- la salle
- les entraîneurs professionnels
- les aides-entraîneurs

### Mise en place du sponsoring

- Création du programme
- Recherche de sponsors

### Établissement du budget

- Structure de coûts
- Structure des cotisations
- Structure de sponsoring

### Construction ou transformation de la salle

### Mise en place du marketing

### Établissement de la structure des groupes et du programme d'entraînement

### Contact avec sociétés partenaires

## 10. ROLE DE GYMVAUD

Dans le processus vers la professionnalisation, GymVaud a les rôles suivants.

- démontrer un chemin possible et éprouvé vers la professionnalisation
- élaborer un concept cohérent pour la gymnastique vaudoise en phase avec sa stratégie 2032
- publier un appel à candidatures pour un nombre défini de pôles couvrant tout le territoire cantonal
- motiver les acteurs potentiels à participer au concept
- sélectionner selon les critères établis les pôles et décerner les labels
- fournir un soutien financier, technique, marketing et scolaire aux participants

### 10.1 Concept

GymVaud veut être un moteur et un partenaire du développement du sport d'élite dans le canton de Vaud. En tant que tel, GymVaud soutient les pôles vaudois dans divers domaines.

### 10.2 Soutien GymVaud

#### 10.2.1 Soutien financier

Chaque pôle reçoit un montant annuel pour soutenir les activités de fonctionnement (frais d'infrastructures, frais d'entraîneurs).

Le financement évoluera avec les possibilités de GymVaud.

Un montant global sera fixé par le Comité cantonal et voté par l'Assemblée des Délégués par l'acceptation du budget. Ce montant sera divisé par le nombre de pôles soutenus.

Avec l'évolution, il peut avoir une augmentation de ce montant, voire une différenciation en fonction de la qualité du pôle. A l'instar de ce qui se pratique à la FSG avec les bases sportives, nous pouvons imaginer des niveaux différents donnant droit à des montants différents.

Les moyens financiers de GymVaud étant limités (financé principalement par les cotisations des sociétés membres), nous considérons les subsides avant tout comme aide au démarrage. Le concept présenté devrait permettre à un pôle de voler de ses propres ailes après quelques années. Dans ce cas, GymVaud se réserve le droit d'allouer sa subvention à un nouveau pôle qui démarre afin d'augmenter la couverture territoriale.

#### 10.2.2 Soutien technique

Les pôles complètent la pyramide comme suit.

1. Cadres nationaux (FSG)
2. Centres cantonaux (GymVaud)
3. Pôles
4. Sociétés

Pour que la pyramide fonctionne, il est obligatoire d'avoir une coordination entre les différentes couches. Comme les pôles travaillent avec les sociétés pour recruter les gymnastes, les bases sportives de GymVaud travaillent avec les pôles pour la formation des entraîneurs et le développement des centres.

### 10.2.3 Soutien marketing

GymVaud fournit une base commune et un conseil pour la communication des sociétés. GymVaud organise également un échange de bonnes pratiques entre les acteurs gymniques vaudois.

En plus, GymVaud met en lumière ponctuellement des pôles dans sa communication.

### 10.2.4 Soutien scolaire

GymVaud s'engage à discuter avec le SEPS les allègements scolaires possibles pour les membres des groupes de pointe.

## 10.3 Appel à candidatures

### 10.3.1 Label

« Pôle Sport Elite GymVaud »

[disciplines]

### 10.3.2 Critères

Gestion

- Vision, analyse de situation, stratégie
- Encadrement administratif

Infrastructures

- Salle spécialisée (existante ou en projet)
- Option : Salle de ballet
- Option : Salle de musculation

Encadrement technique

- Entraîneur chef professionnel
- Option : Entraîneur assistant professionnel
- Aide-entraîneurs volontaires
- Programme évolutif défini

Structure des cours et des membres

- Préscolaire (parents-enfants, parcours), env. 50% (masse)
- Loisirs, env. 40% (masse)
- Compétition, env. 10% (élite)

Structure des cotisations

- Cotisation élevée pour prestation de qualité et de volume
- Masse finance la pointe (infrastructure et entraîneurs)

## Entourage

- Préparation physique
- Formation ballet
- Test et encadrement médical
- Prévention et éthique
- Option : préparation mentale
- Option : préparation nutritionnelle

### 10.3.3 Liste des pôles régionaux recherchés

GymVaud met au concours les pôles suivants dans chacune des disciplines (gymnastique artistique, gymnastique rythmique, trampoline).

- Région Centre (région lausannoise)
- Région Ouest (La Côte)
- Région Est (Riviera-Chablais)
- Région Nord

Un premier focus est mis sur les sociétés pratiquant une discipline aujourd'hui.

- GA : Montreux, Morges, Chablais, Puidoux
- GR : Lucens, Bex, Nyon
- TR : Ecublens, Aigle

Un deuxième focus est mis sur les sociétés

- pour la gymnastique rythmique : qui pratiquent la gymnastique & danse
- pour la gymnastique artistique : qui pratiquent la gymnastique aux agrès
- pour le trampoline : toutes les sociétés, surtout celle pratiquant les agrès