

La fidélisation des licenciés

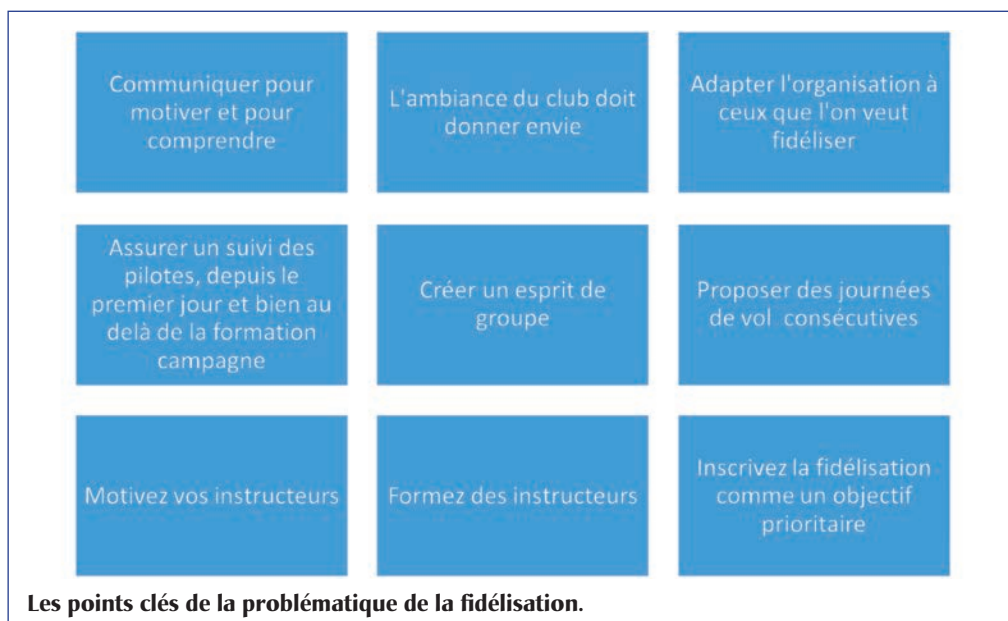


Quelques-uns en parlent, peu agissent, bref c'est le serpent de mer du vol à voile. Le numéro 168 de la revue annonçait le déclin apparemment inéluctable du vol à voile. Certains y sont résignés ! Heureusement, parmi nos dirigeants de club et ceux du mouvement vol à voile il y a des obstinés, mais beaucoup d'autres sont désarmés vis-à-vis de la question.

De-ci de-là, certains clubs parviennent à tirer leur épingle du jeu. Pourquoi et comment, il est grand temps de mettre cette question au cœur des priorités des clubs.

Pourquoi fidéliser en plus de recruter ?

Il y a au moins trois bonnes raisons à cela. *Primo*, les associations ont besoin de se renouveler. Et je ne parle pas ici de changer de temps à autre d'administrateurs et de président, non j'évoque le fait que de nouveaux pilotes doivent arriver, pardon rester dans les clubs pour que les anciens gardent une certaine stimulation intellectuelle. Pour que d'autres motivations aient leur place, pour balayer les mauvaises ha-





Un instructeur référent s'avère très pertinent dans la démarche de fidélisation.

bitudes. Quel club français peut dire aujourd'hui qu'il ne subit pas au moins une mauvaise habitude ancrée dans un vécu de vieux pilote ? C'est très souvent par l'arrivée d'un pilote extérieur ou parce qu'un membre du club est allé quérir le Graal loin des limites de l'association que des choses changent, progressent, s'améliorent.

Secundo, les associations ont besoin de ressources financières. J'ai coutume de dire en plaisantant que les clubs sportifs n'ont que des problèmes d'argent. Très souvent ces besoins masquent une réalité qui tient à une mauvaise organisation ou à un manque d'anticipation lorsqu'il s'agit de pérenniser un emploi aidé. Mais le besoin financier n'est pas insurmontable. Pour les clubs qui n'ont pas de salarié, les plus nombreux en France, le besoin de financement est inférieur ou égal au montant de dix cotisations annuelles. Oui, pour garder 10 personnes de plus lorsque l'on fonctionne à 40 depuis des

années, cela demande un effort mais un effort ponctuel, le temps que les nouveaux venus se sentent bien dans leur club et puissent prendre à leur tour une partie du travail à leur charge. Et *tertio*, parce que la personne qui a fait l'effort de venir jusqu'à l'aérodrome et de vivre sa première expérience de vol à voile connaît déjà le chemin du club. Elle a pu entrevoir ce que le vol à voile a de beau et de captivant. Si cette première expérience est positive, alors la personne reviendra plus volontiers qu'une autre qui ne connaît du vol à voile que les images et *l'a priori*⁰ qu'il renvoie. Autrement dit il faut dépenser moins d'énergie pour fidéliser un licencié que pour en attirer un nouveau.

Bref, si vous voulez fidéliser vos nouveaux adhérents, il vous faudra accepter le changement. Il va falloir faire des efforts, mais plutôt que de travailler plus, travaillez mieux. C'est gratifiant pour tout le monde.

Que signifie fidéliser ?

Il s'agit de faire en sorte que chaque adhérent reste attaché durablement à son club, ou du moins à la pratique du vol à voile. À notre époque, cela veut dire qu'il faut donner envie (de rester), ce qui implique une action appropriée de la part de la structure qui souhaite fidéliser ses adhérents. Dans le cas d'une association, qui plus est un club de vol à voile pour lequel la sécurité est une valeur fondamentale, il faut parler d'une relation de confiance. Si cette confiance est trahie, la relation est faussée et l'adhérent part.

La fidélisation à long terme est indissociable d'une action quotidienne. Comme l'indique Fabian Meulenyser (Chérence), « chaque élève doit partir satisfait de sa journée au club ». L'accumulation de déception et le manque de d'attention de la part du club pour comprendre l'état d'esprit des élèves et des pilotes est à l'origine de nombreux abandons. Pas l'apprentissage en lui-même. J'ai mené quelques enquêtes de satisfaction



Le club de vol à voile : un lieu de convivialité.

dans les clubs où j'ai volé et à chaque fois le taux de satisfaction vis-à-vis de l'enseignement était excellent. Pour mettre en œuvre les bonnes actions, il faut aussi comprendre pourquoi et comment les individus s'attachent au vol à voile et à l'inverse, il faut aussi com-

prendre pourquoi des licenciés partent et agir sur ces raisons.

L'enquête réalisée en 2010 par la FFVV a montré que la moitié des nouveaux pratiquants considèrent que l'organisation n'est pas à la hauteur du prix demandé,

et que les relations entre adhérents sont à l'origine de nombreux abandons.

Qu'avons-nous fait pour améliorer cela ? Beaucoup de clubs ont continué de faire comme auparavant, certains ont fait l'effort d'augmenter ou de diversifier le nombre des actions ludiques ou festives mais en restant dans le schéma historique qui veut qu'un nouvel adhérent doive s'adapter au mode du fonctionnement du club, respecter les convenances établies, laisser la priorité aux vénérables membres du club. Seuls quelques-uns ont tenté une autre approche.

- **la Roche-sur-Yon** : 40 licenciés en 2000, 104 en 2013. Didier Piveteau nous dit que l'action engagée par le club est une action de longue haleine. Les efforts sont portés dès l'entrée en formation. Le club n'organise pas de stages car pour Didier « *il est rare que la personne ait ses congés en même temps que le stage, donc nous ne faisons pas de stage mais je fais toujours en sorte qu'un instructeur soit en mesure de former les élèves.* » Premier constat, c'est le club qui s'adapte à la disponibilité de l'élève et pas l'inverse. Mais comment s'assurer de la disponibilité des instructeurs et en particulier des bénévoles ? DP : « *Les*



Prendre la photo en vol de vos élèves : ils adorent !



Maubeuge... Un club où il fait bon vivre, et qui réussit.

plannings c'est bien mais ça ne vaut pas le contact direct. J'appelle mes instructeurs jusqu'à ce que l'un d'entre eux soit sur le terrain ». Ce développement s'est aussi accompagné de moyens pour permettre la progression des pilotes comme celle du club. Un planeur école supplémentaire, des monoplaces performants, un treuil et multiplier par 5 le nombre d'instructeurs en 10 ans. L'augmentation de la capacité d'encadrement a été planifiée sur le long terme. En 2014, le club a fait 5 brevets, 7 qualifs campagne et compte aujourd'hui 104 licenciés, mais même avec 10 instructeurs, Didier reconnaît que ce n'est pas toujours facile. À court terme, le club va proposer l'activité ULM afin de continuer à voler l'hiver, puis il est prévu d'acheter encore un biplace école et d'ici trois ans de former trois instructeurs supplémentaires. Le cycle vertueux semble enclenché.

- **Abbeville** : 23 licenciés en 2009, 39 en 2014. Olivier Caudrelier parle des actions mises en place par le club pour les jeunes. « Il fallait bien faire quelque chose sinon nous allions disparaître ». Et donc le club de lancer des actions de recrutement par le BIA, mais après cela il a fallu s'organiser et répondre aux attentes des jeunes. Olivier a le sens de la formule : « les jeunes veulent tout, tout de suite, et il faut le leur donner. » Une fois le BPP acquis, la formation campagne débute dans la foulée. Là où les encadrants abbevillois mettent le paquet c'est sur l'accompagnement qui suit la qualification campagne. Ils organisent un stage campagne/perfo à Troyes pendant lequel ils accompagnent les jeunes. Et il en va de même pour

les championnats de France juniors où les jeunes abbevillois bénéficient des bras, des encouragements et des conseils de leurs aînés.

La fidélisation passe aussi par la nécessité de mettre la pratique à la portée des jeunes vélivoles. Le remplacement du vieux *Rallye* par un *Dynamic* a permis de diviser par deux le coût du remorqué.

Il n'y a pas que les vols. En ce mois de janvier vous trouverez chaque week-end au club des tours de rôle simulateur, un rappel de cours théorique, des gens à l'atelier, tous prêts à faire en sorte que les jeunes se sentent chez eux. À Abbeville le partage de la passion du vol et la volonté de mettre les jeunes en valeur permet cette progression des effectifs. Mathieu, le président de la section vol à voile, est assez fier d'annoncer pour 2015 cinq inscrits au championnat de France juniors. Combien de gros clubs peuvent se vanter d'une telle dynamique ?

- **Fayence** : 348 licenciés en 2011, 402 en 2013. Régis Kuntz a structuré le club de façon à ce que la formation de base soit le pilier de la fidélisation. Il attache une grande importance à ce que les élèves reçoivent le même enseignement et que cet enseignement soit délivré dans un temps raisonnable. Organisation et qualité

d'encadrement sont les maîtres mots de sa méthode. À Fayence lui et son adjoint sont de véritables animateurs du club. Il implique les instructeurs bénévoles dans le fonctionnement de la formation. Ses mots clés sont : « respect, animation, organisation et dialogue ». L'organisation proposée par Régis peut sembler stricte et inadaptée aux petits clubs, mais elle apporte à l'association la cohésion au sein de l'équipe d'instructeur dont chaque club a besoin.

La fidélisation est le principal objectif de la nouvelle saison. Cela passe par une progression campagne structurée et suivie. Inscrire la fidélisation comme un des objectifs prioritaires du club est nécessaire si l'on veut parvenir à des résultats.

- **Maubeuge** : 20 licenciés en 1996 ; 54 en 2004. S'il est des dirigeants courageux, ceux de Maubeuge en font partie. Régine Randour décrit le long parcours de ce club international. Les Belges viennent y voler. Une renaissance faite d'opportunités saisies, de solidarité et maintenant d'une planification en règle de la formation des instructeurs. Selon Régine le recrutement joue aussi un rôle dans la bonne santé du club : « cela fait 30 ans que nous faisons des formations au BIA. » Elle ne parle pas de fidélisation mais ambiance et tolérance. C'est l'ambiance qui fait que les gens se sentent bien et que le bouche à oreille fonctionne tout aussi bien.

En 2015, deux formations d'instructeur sont planifiées. Si le développement a pu réussir, c'est aussi que l'encadrement a précédé l'arrivée des nouveaux élèves. Le club poursuit dans cette voie.

- **Issoire** : 74 licenciés en 2009 ; 156 en 2014. Daniel Gaime évoque lui aussi l'apport du BIA dans cette augmentation des effectifs. « Mais surtout nous communiquons beaucoup plus qu'auparavant ». Le club a aussi amélioré l'accueil des visiteurs du point de vue du comportement des adhérents du club. « Personne n'est plus laissé à l'écart et nous organisons pour les débutant des

Abbeville

Victor Roussel (Abbeville) nous parle de son club : « on s'y sent bien. Il y a un esprit de famille. Il faudrait vraiment que le club ferme pour que j'en parte. C'est un club qui a beaucoup évolué depuis 5 ans. » Pour Victor « les jeunes c'est l'avenir ! » Les jeunes sont les futurs présidents ou trésoriers, donc si on ne s'en préoccupe pas, comment fonctionnera le club dans 10 ans ? S'occuper des jeunes est investissement. Il ne faut pas considérer le recrutement et la fidélisation des jeunes comme accessoire.

Le Derby jeunes, à l'Aéro-club de Saint-Rémy-les Alpilles : un événement récurrent et apprécié.



demi-journées de vol. Plus grand-monde ne veut rester toute une journée au sol désormais. Nous organisons donc un mini briefing à la mi-journée. 80 % des vols se font l'après-midi. » Un exemple réussit d'adaptation aux disponibilités des nouveaux entrants en club. Ambiance et service adapté aux attentes, le bouche à oreille fonctionne et alimente aussi le recrutement. Daniel rappelle que le club a pleinement joué le jeu des nouveaux produits « découverte » et maintenant des licences Duo. Il y a un public pour ces produits. « Ce sont souvent des personnes de plus de 40 ans qui sont intéressées et l'accueil aidant, se fidélisent ». Pour réussir à faire voler tout le monde, l'outil informatique de planification permet aux élèves comme aux instructeurs de faire coïncider l'offre et la demande. L'exemple de l'Aéro-club Pierre Herbaud démontre qu'il est possible de changer de public, d'évoluer d'une pratique purement sportive à une pratique de loisir. Ces changements ont permis d'inverser la courbe du nombre des licenciés.

- **Graulhet** : 65 licenciés en 2009 ; 91 en 2014. Le tandem François Hache et Patrice Corbille a réussi à inverser la tendance depuis 2007 grâce à une communication

interne intense et un suivi personnalisé des pilotes. Le mot-clé : compréhension. Patrice et François se sont attachés à comprendre ce qui motive les pilotes, et déceler les motifs d'abandon. La communication est désormais hebdomadaire en basse saison et deux à trois fois par semaine en saison. L'E-mail comprend des informations sur la vie du club et la sécurité. En saison, des alertes météo, dont le but est que les vélivoles choisissent l'activité planeur plutôt qu'une autre. Patrice emploie aussi une communication plus personnalisée qui incite et donne envie. Par ces actions de communication directe, le club entretient le lien avec chaque adhérent au-delà des limites du club.

L'organisation est le second point critique dans un club 100 % bénévole. Patrice organise chaque mois des réunions entre instructeurs pour évoquer l'activité, la sécurité, l'information sur les élèves, les pilotes, leurs progressions et leurs objectifs. « Ainsi tout le monde a le même niveau d'info et peut partager son ressenti. » Pour le suivi des pilotes, le débriefing quotidien est devenu la règle ; élèves et pilotes y ont droit, pas seulement pour savoir comment s'est déroulé leur

vol ou la journée, mais aussi pour avoir leur ressenti. La compréhension de l'état d'esprit de chaque adhérent, là est certainement le secret de la réussite de ce club qui grandit chaque année. Comprendre, le mot clé pour anticiper, et éviter des départs incompris. Les jeunes instructeurs sont élevés dans cette culture et la mayonnaise prend.

- **Puivert** : 67 licenciés en 2011 ; 89 en 2014. Dès les premières minutes, on sent dans la voix de Jean-Claude Vuillen la chaleur de l'accueil de ce club de l'Aude. La recette de Puivert ? La sympathie, un accueil chaleureux, où chaque occasion est marquée d'un repas ou d'un verre de l'amitié.

Autre facteur important, le prix de l'heure de vol : le Janus à 16 € ! Ce qui permet de proposer différentes formules de stages pour les jeunes. Qui dit stage dit hébergement. Le club dispose d'un dortoir, qui permet à ceux qui viennent de loin (la première grande ville est à une heure de route) de rester sur place.

Je retiens de ces entretiens que les clubs ont trouvés à chaque fois une solution qui leur est adaptée. Un autre point commun est que les attentes ou

disponibilités des nouveaux entrants prennent le pas sur l'organisation historique du club.

Ne cherchez pas à donner le meilleur service mais donnez au moins ce que les élèves-pilotes attendent de nous.

Les freins au changement

Les résistances au changement ne viennent jamais des nouveaux venus puisqu'ils sont ... nouveaux. Elles viennent de la crainte de l'inconnu, de perdre des avantages acquis, ou de ne pas savoir appréhender une nouvelle situation.

La résistance au changement est dans la nature humaine. Plusieurs dirigeants des clubs que j'ai interrogé font référence à une phase de l'histoire du club où « *c'était soit on (se) bouge, soit on disparaît !* » Il y a plusieurs façons d'opérer des changements mais dans la pratique, c'est trop souvent l'effet couperet qui permet une action suffisamment efficace sur une période suffisamment longue pour parvenir à un résultat.

Comment agir ? Comprendre avant d'agir

Comprendre quelles sont nos vraies faiblesses, celles que nous connaissons mais surtout celles qui sont importantes aux yeux des personnes que nous cherchons à fidéliser.

L'un des outils les plus accessibles est le questionnaire de satisfaction que nous pouvons donner à nos nouveaux inscrits au terme de leur première année de pratique ou de leur premier

stage. Il est utile à conditions d'agir sur les griefs les plus fréquents.

Pour être utile ces questionnaires ne doivent pas seulement être distribués mais dépouillés, exploités sur le court et le long terme. Un simple tableur permet cela. Vous progresserez d'autant plus vite que vous partagerez vos résultats avec les clubs voisins ou mieux encore dans le cadre d'une action régionale.

- **La démarche doit être structurée.** Parce que les bénévoles ont déjà fort à faire, il faut être économe de notre énergie. Mieux vaut choisir de mener à bien un chantier à son terme que de lancer plusieurs actions qui peineront à se réaliser. En matière de motivation, la réalisation d'un objectif est ce qu'il y a de plus valorisant pour un bénévole. Fractionnez les tâches si nécessaire.

Faites-vous aider. C'est par l'apport de conseils, d'expériences vécues que nous pourrons nous convaincre de la possibilité de réussir ces changements. La fédération l'a bien compris et a produit un accompagnement au développement des clubs qui comporte un volet fidélisation. J'y ai contribué, pour cela j'ai consulté certaines des personnes que vous venez de lire et quelques autres¹⁾.

Disponible sous la forme d'un classeur physique, que vous pourrez mettre à jour, à rendre accessible au plus grand nombre. Vous y trouverez des fiches pratiques à utiliser telles quelles. Vous pourrez aussi solliciter un accompagnement de la part de la FFVV sous la forme d'un séminaire de deux jours. Ce sémi-

naire est précédé d'un questionnaire de diagnostic afin que l'accompagnement se fasse uniquement sur les thèmes dont vous aurez besoin.

Vous pouvez solliciter le financement de la FFVV pour cet accompagnement ou bien obtenir le financement de cette action dans le cadre du plan de formation de l'association, pour les associations employeur.

- **Des causes historiques.** Au risque de me faire quelques amis de plus, je pense que le problème et une grande partie de la solution vient de l'instruction. Voyons les choses par le bout de la lunette statistique et si possible de façon objective. La moyenne d'âge des 81 instructeurs licenciés en 2014 dans les clubs d'Île-de-France est de 55,8 ans. Seuls 11 d'entre eux ont 40 ans ou moins. La grande majorité des instructeurs franciliens, et probablement de France, a donc commencé à enseigner il y a plus de quinze ans. Toutes proportions gardées, il en est des instructeurs comme des élèves. Les sources de démotivation sont multiples : charge de travail importante ou mal partagée, perte d'intérêt consécutive à des tâches peu valorisées et répétitives, perte de confiance en vol sur la campagne (à force de ne pas en faire), évolution de la vie familiale ou professionnelle, ambiance club, etc.

Pour réussir un changement d'organisation aussi important, il y a deux personnages clefs qui doivent être les moteurs d'une politique de fidélisation. Le président et le chef-pilote. Il suffit que l'un des deux soit réfractaire au changement, comme par exemple un chef-pilote salarié très bien payé et installé depuis trop longtemps dans ses habitudes (si si, c'est possible), et le travail d'un club, d'une équipe de bénévoles est réduit à néant.

- **Les instructeurs artisans du changement.** C'est une tâche perpétuelle, elle doit être dite et rappelée chaque fois que nécessaire. Les instructeurs sont les premiers artisans de cette fidélisation. C'est avec eux, en principe, que chaque nouvel élève passera le plus de temps dans sa première année de vie au club. C'est par eux que sont transmises les valeurs du club et du vol à voile. Notre rôle, l'exemple que nous donnons aux jeunes est primordial.

Donnons de l'importance à nos élèves, intéressons-nous à eux pour ce qu'ils peuvent nous apporter et ils nous le rendront, par le bénévolat notamment. Certes

Maubeuge

Marie Lecomte et Jean-David Thoby nous parlent de leur club : JD.T. : « *j'ai eu la chance de tomber dans un groupe de la même génération, et puis il y a eu un trou après nous. Les instructeurs se sont bien occupés de nous, et bien après le brevet.* » Jean-David estime avoir la chance de voler dans un club jeune et dynamique. Ce qui lui importe, comme aux jeunes de sa génération, c'est que l'on propose plus de challenges et d'animations sportives dès après le BPP. Comme d'autres témoignages le montrent, les pilotes sont en demande d'accompagnement et de coaching pour progresser. À l'opposé ils craignent la mauvaise ambiance qui peut toujours survenir dans une association.

Marie Lecomte insiste sur le fait que le club propose des machines à tarif abordable et des moto-planeurs pour voler toute l'année. « *Les dirigeants donnent beaucoup de libertés et de responsabilités aux jeunes. Les instructeurs sont compétents, proches de nous et nous poussent à donner le meilleur de nous pour les vols sur la campagne.* »

Tous deux sont venus au vol à voile par le BIA (ils donnent des cours désormais) et tous deux nous disent que c'est l'ambiance, l'attention et l'énergie qui est consacrée aux jeunes qui sont les bases de la fidélisation.



Voler plus vite, un stage destiné aux vélivoles chevronnés va être proposé à Buno.

il y aura toujours des personnes qui se comporteront en client plus qu'en adhérents, mais à titre personnel j'ai toujours pu obtenir des merveilles de participation et d'imagination de la part de mes élèves. Dans nos clubs, nous avons d'une part des nouveaux venus, élèves ou pratiquants, qui ont des attentes différentes de celles de l'époque où nous avons débuté le vol à voile et d'autre part des cadres et instructeurs qui vivent le vol à voile comme il y a 20 ou 30 ans. C'est ce décalage qui provoque l'incompréhension et donc l'arrêt de la pratique. Pour nous améliorer nous devons constamment nous remettre en question, en tant que dirigeant, qu'instructeur, et même chef-pilote.

Un travail collaboratif mené à Bailleau en 2013 a permis de dégager quatre facteurs favorisant et une condition de réussite :

- **Un coach qui motive.** Les possibilités de loisirs modernes sont toutes plus faciles à consommer que le vol à voile et quoi qu'il arrive, les nouvelles générations veulent essayer un maximum d'activités. Il faut rendre notre sport au moins aussi attractif que les autres sports afin qu'il ne soit pas délaissé. Écoutons ce que les jeunes nous disent : « nous voulons davantage de challenges¹⁾, de suivi de notre progression. » Mais tous les instructeurs ne sont pas disponibles pour ce coaching au long court. Il est possible de confier la tâche à un pilote d'expérience dont la mission première

est de s'assurer de la motivation de son poulain. Les animateurs sportifs sont parfaits dans ce rôle.

- **Constituer des groupes pour fidéliser.** Un individu seul aura moins de stimulation qu'un individu qui fait partie d'un groupe. Le groupe permet le partage des expériences et la valorisation de l'individu (« j'ai fait un beau vol »). C'est un autre argument pour lancer la formation campagne sous forme de stages.

- **Inclure un stage dans la période de formation :** lorsqu'un débutant vole sur une période de cinq jours consécutifs, il progresse plus vite et il peut constater des progrès rapides. Cela vaut aussi pour les pilotes déjà avancés et rejoint la proposition de constituer des groupes.

- **Restaurer le plaisir de l'après vol.** Nous gagnerions beaucoup en motivation des nouveaux adhérents si les instructeurs et les pilotes confirmés s'efforçaient de prendre le temps de partager leurs vols en fin de journée autour d'un verre.

Et une condition de réussite : tout dépend de la disponibilité des instructeurs. Il existe un indicateur simple de l'investissement du groupe des instructeurs : le nombre d'heure d'instruction sur les planeurs de début. Ramené au nombre d'instructeurs, si ce ratio est inférieur à 30, soit 30 heures par instructeur, alors il est probable que vos instructeurs ne volent pas assez pour amener tous les élèves au brevet. Pour faire un BPP, il faut

en moyenne 25 à 30 heures de vols en double commande.

Ma préconisation est que les instructeurs doivent s'investir aussi dans le suivi des pilotes. L'avant vol, l'organisation de vols sportifs ou de loisir permettent d'attirer les pilotes au club. L'après vol permet au pilote de comprendre et donc de capitaliser, avec un débriefing, avec le temps de partage et de bonne humeur, sont aussi importants pour la fidélisation que le plaisir du vol en lui-même. C'est ce que j'ai appelé le principe de *l'instructeur référent*. C'est l'instructeur qui suit la formation de l'élève-pilote. De préférence celui avec lequel l'élève vole le plus souvent dans la première année. C'est surtout un instructeur dans lequel l'élève a confiance. Il peut voler avec d'autres instructeurs mais je conseille de limiter à trois le nombre d'instructeurs affectés à un élève (la méthode Saint-Auban). L'instructeur référent doit suivre la progression au-delà du lieu et du temps de pratique pour encourager, motiver et relancer le pilote. Il faut faire remonter aux autres instructeurs les impressions de l'élève. Pas besoin de devenir potes, un courriel, un coup de fil et le pilote viendra voler plus souvent, acquérir plus d'expérience pour plus de plaisir et de fidélité. Il ne s'agit pas de court-circuiter le chef-pilote (organisation historique des clubs) mais bien de proposer aux pilotes ce qu'ils attendent de nous (organisation

en fonction des attentes des pilotes). Les écoles du ski français ont le plus beau des slogans : « *Le plaisir ça s'apprend* ». Je fais mienne cette devise à chaque fois que j'emmène un élève ou un pilote. Même les pilotes expérimentés ont besoin de se renouveler et de partager. Le comité francilien va ainsi organiser en mai prochain à Buno-Bonnevaux un stage intitulé « *voler plus vite* », avec

la participation d'instructeurs grands compétiteurs ou grands circuiteurs. Il est destiné aux locomotives des clubs qui veulent encore apprendre.

Le point commun à ces actions et à celles décrites dans les témoignages est qu'elles donnent la priorité aux besoins des personnes que l'on veut fidéliser. Pour cela il faut avant tout s'intéresser aux gens. Pour faire le lien avec l'enquête

de 2010, il est temps de passer d'une organisation historique dans laquelle les nouveaux licenciés s'intégraient ou pas à ce que l'association leur propose, à une organisation où la priorité est donnée à ceux que nous voulons fidéliser. Les témoignages recueillis montrent que c'est possible. C'est une action perpétuelle mais une action gratifiante et payante. Sans se connaître ou sans travailler ensemble, des présidents et des instructeurs ont trouvé des solutions qui sont assez proches les unes des autres. Comme si à un problème similaire les solutions soient naturellement assez voisines. Ces méthodes donnent des résultats. Essayons au moins de les appliquer si nous voulons encore voir longtemps voler des planeurs au-dessus des campagnes et des montagnes françaises.

Thierry NAULEAU, photos auteur et collection de l'auteur

⁽¹⁾ *Sport de riches !*

⁽²⁾ *Thomas Descatoire (Saint-Rémy-les Alpilles), Claude Bourasseau (Vinson), Étienne Cendron, Rémi Fourneau et Adrien Henry (Bailleau), Jean-Luc Petit-Gas (Challes-les-Eaux).*

Derby jeunes à Saint-Rémy

Antoine Charbonnier évoque le *Derby jeunes* de Saint-Rémy-les Alpilles : « *bien que le Derby jeunes attire des jeunes d'autres club français et de Suisse, il permet de fidéliser les jeunes du club et de recruter de nouveaux membres en particulier les jeunes qui volent en plaine dans des clubs fermés l'hiver. Beaucoup s'intéressent à la voltige qui, chez nous, ne coute pas plus cher qu'un vol standard, grâce à la pente, cette année trois inscriptions à la suite du derby, plus des jeunes des clubs voisins qui viennent voler chez nous plus souvent* ».

Le *Derby jeune* se déroule chaque année tout à fait à la fin du mois de décembre. Il est organisé par des jeunes pour des jeunes. Ils savent très bien s'organiser si on leur fait confiance et qu'on leur laisse un peu la bride sur le cou. 120 heures de vol en trois jours, ça fait rêver. <http://www.aeroclub-alpilles.fr>

