

Faciliter l'accès des novices aux sports d'hiver

Les sports d'hiver se trouvent actuellement confrontés à plusieurs problèmes, dont le principal est de trouver un moyen d'élargir leur public. Chaque discipline présente des tendances spécifiques. On commence un sport, on s'enthousiasme, on améliore sa technique; on se lasse plus tard, puis on cesse de s'exercer. Rares sont ceux qui pratiquent une même discipline sportive toute leur vie. Lorsque le nombre de ceux qui commencent un sport est supérieur au nombre de ceux qui l'arrêtent, l'effectif de ceux qui le pratiquent augmente; inversement, lorsque le nombre de ceux qui cessent un sport est supérieur au nombre de ceux qui le commencent ou le continuent, l'effectif de ceux qui l'exercent diminue.

Selon une étude de Nihon Cable sur le public des pistes de ski de l'année dernière, celui-ci se compose, la première année, de 15% de snowboarders et de 3% de skieurs. Si les snowboarders pratiquent leur discipline 6,7 ans et les skieurs 33 ans en moyenne, le nombre d'amateurs de sports d'hiver restera identique. Les snowboarders en question pratiquent leur discipline depuis 4,3 ans env., et nous espérons qu'ils continueront à le faire pendant 2,4 ans, ce qui semble tout à fait probable.

En revanche, il paraît moins raisonnable d'espérer que les skieurs pratiqueront leur discipline pendant 18 ans encore, si tel a déjà été le cas pendant 15,5 ans en moyenne. Le faible nombre de débutants en ski laisse présager une diminution du nombre de skieurs en général. Des mesures d'urgence pour améliorer l'image des sports d'hiver sont nécessaires afin d'éviter une régression du nombre de skieurs.

Selon une théorie célèbre de la branche publicitaire, les individus seraient poussés à la consommation par la «méthode AIDMA». «A» comme attention, «I» comme intérêt, «D» comme désir, «M» comme motivation, et «A» comme action. Concrètement, la situation se présente de la façon suivante: l'attention d'un individu est éveillée par la publicité d'un objet; l'individu éprouve de l'intérêt pour ce produit et souhaite l'acquérir; une motivation concrète et une opportunité ont été créées, qui sont suivies de l'achat de l'objet.

Cette méthode pourrait également encourager la vente du «produit» sports d'hiver. Aussi, quels éléments de la méthode AIDMA manquent-ils au marketing des sports d'hiver?

«Attention» : par le passé, les loisirs d'hiver étaient rares et restaient associés au ski. Aussitôt que l'hiver commençait, on pensait inmanquablement au ski.

De nos jours, en revanche, les passe-temps sont beaucoup plus variés, et nombreux sont ceux qui partent au bord de la mer en hiver. La saison hivernale n'est plus nécessairement synonyme de sports d'hiver classiques. La situation actuelle exige que le public soit mieux informé sur les sports d'hiver, ce qui l'amènera à s'y intéresser.

«Intérêt» : suivant le livre blanc des loisirs, la part d'adolescents et d'adultes d'une vingtaine d'années souhaitant pratiquer les sports d'hiver est tangible. Si la curiosité des autres générations ne suffit pas pour qu'on puisse parler d'un boom, l'existence d'un attrait chez les jeunes est réelle. Toutefois, il sera difficile de conduire ces derniers à la prochaine étape, celle du «Désir». On ne s'attache pas assez à donner

des sports d'hiver une image de joie et de fun qui incitera le public à les pratiquer. Si ces sportifs en puissance trouvent effectivement les sports d'hiver attrayants, ils n'iront pas jusqu'à les exercer.

Des informations de format divers, notamment transmises par les médias, sont susceptibles de toucher des sportifs potentiels. S'il est indispensable de mettre à profit la publicité, les événements et la formation pour informer le public sur les sports d'hiver, il s'agit aussi d'éveiller l'attention de celui-ci en variant les sujets de discussion.

«Motivation»: il faut une occasion concrète pour se mettre aux sports de neige. Une introduction aux sports d'hiver exige un environnement de montagne et de neige. L'accès aux sports d'hiver implique un déplacement, donc une difficulté pour les gens inexpérimentés. Même si quelqu'un est prêt à s'essayer à ces disciplines, il ne s'aventurera pas seul sur les pistes, ni d'ailleurs avec d'autres personnes sans expérience. Il nous reste à espérer que les avancés emmèneront les novices avec eux. L'enseignement des sports d'hiver peut également faire office de déclencheur.

Lorsqu'on accompagne des débutants, l'adéquation du lieu et du terrain de ski à leurs besoins est essentielle. Or, les exploitants des pistes ne sont pas toujours prêts à adapter leurs domaines aux débutants. Rares sont les terrains de ski qui ne posent pas de problèmes aux novices. La nature des pistes, le type de téléski, les précautions à prendre lors du trajet, le prêt de l'équipement, la présence d'un espace de repos, les écoles et le système d'enseignement doivent être mis en cause.

Comme mentionné plus haut, il n'est guère aisé d'amener une personne inexpérimentée au but, c'est-à-dire de la convaincre de pratiquer un sport d'hiver. Il nous faut travailler à aplanir les difficultés pour les débutants, d'une part en leur fournissant une meilleure information, d'autre part en adaptant l'environnement d'apprentissage à leurs besoins.

Un autre point est tout aussi important. Quand un acheteur acquiert un objet quelconque, le but commercial a été atteint; en revanche, lorsqu'un débutant se trouve sur une piste de ski, seule la première étape de l'objectif a été franchie. S'il ne s'amuse pas assez, son intérêt se tarira. Il est donc extrêmement important d'en faire un passionné du ski et du snowboard.

Sur les pistes, les débutants devraient pouvoir s'exercer sans crainte et emprunter le matériel adéquat; le téléski devrait être sûr et adapté à leur niveau ; enfin, le domaine skiable devrait disposer d'espaces de repos.

Le système d'enseignement du ski et du snowboard est également en cause. Sur les pistes japonaises, l'infrastructure de l'enseignement aux débutants n'est malheureusement pas optimale: en effet, les facteurs susmentionnés, nécessaires à l'apprentissage des débutants, ne sont pas suffisamment pris en considération. Parmi eux, on peut mentionner un enseignement par paliers, où l'apprentissage se fait par le jeu et dans une ambiance agréable. Aussi ne faut-il guère s'étonner que le nombre d'élèves soit en recul.

Voici une histoire de débutant classique: un individu apprend à pratiquer les sports d'hiver avec ses amis, mais il ne fait pas de progrès, et cesse bientôt toute activité sans y avoir vraiment pris du plaisir.

De nos jours, les loisirs, et notamment les sports d'hiver, sont très variés. Indubitablement, ces derniers sont confrontés à plus de concurrence qu'autrefois. Afin de survivre à la forte présence des autres disciplines et de leur industrie, il nous faut travailler à raviver l'attrait des novices pour les sports de neige.

Autrefois, il suffisait d'attendre passivement l'arrivée de débutants. Aujourd'hui, il faut éveiller la curiosité du public et l'inciter à faire du snowboard; il faut bouleverser nos modes de pensée et encourager le public à s'essayer aux sports d'hiver.

Sports d'hiver

Analyse du groupe des débutants

Des données théoriques et les résultats de certaines expériences ont été analysés. Dans ce contexte, deux questions se posent: d'une part, en quoi la composition d'un groupe de débutants en sports d'hiver a-t-elle changé ces dernières années; d'autre part, quels sont les problèmes qui surgissent lorsqu'on commence à pratiquer un sport d'hiver.

Analyse de la population qui pratique les sports d'hiver

Le livre blanc des loisirs (Fondation et Institut de la productivité socio-économique) est un ouvrage essentiel à l'étude de la situation actuelle des loisirs au Japon. Il permet également d'observer les changements dans les loisirs des Japonais sur une longue durée. Les variations du nombre de ceux qui pratiquent un sport de 1993 à 2002 (fig. 1) permettent d'observer une chute du nombre de sportifs en activité pour le tennis et le ski. Depuis 1997, les snowboarders sont également étudiés. On constate que le nombre de personnes qui pratiquent les sports d'hiver (ski et snowboard combinés) depuis cette date n'a pas diminué.

Depuis 1998, le nombre moyen de vacances de ski par année est resté constant, alors que la fréquence des séjours de snowboard a nettement diminué. Si le nombre de snowboarders ne subit aucun changement, la fréquence de leurs vacances sur les pistes s'est espacée: ainsi, le nombre total d'activités de snowboard (nombre de sportifs multiplié par la fréquence des séjours) n'augmente pas. (Fig. 2)

Le prochain point examine les variations du nombre de personnes qui pratiquent les sports de neige en fonction de l'âge. (Fig. 3)

Chez les adultes d'une vingtaine d'années, la proportion des hommes est en augmentation; les femmes présentent une tendance inverse: elles délaissent quelque peu les sports d'hiver ces dernières années. Chez les adultes dans la trentaine, la part d'hommes reste stable, alors que celle de femmes diminue. Enfin, chez les adultes dans la quarantaine, le nombre d'hommes et de femmes augmente en parallèle.

Evolution de l'exercice du sport et des voyages à l'étranger chez les adultes d'une vingtaine d'années.

Plusieurs études signalent une diminution du nombre de jeunes qui se rendent sur les pistes. La fig. 4 illustre le pourcentage de participants d'une vingtaine d'années qui pratique d'autres disciplines ou qui fait des voyages à l'étranger. Chez les hommes comme chez les femmes, le nombre de skieurs et de joueurs de tennis et de golf chute dans la deuxième moitié des années quatre-vingt-dix. La jeunesse fait de moins en moins de sport en général. Depuis 2001, la proportion de snowboarders parmi les hommes et de joueuses de tennis parmi les femmes est en augmentation. La part des voyages à l'étranger atteint son point culminant en 1996, avant de se stabiliser. Ainsi, il est difficile de conclure à un déplacement de l'intérêt des amateurs de sports d'hiver vers les voyages à l'étranger. Mais on observe que les femmes se déplacent plus souvent à l'étranger qu'elles ne font du snowboard.

Evolution de l'âge des débutants en ski et en snowboard

Chaque année, Nihon Cable examine la population qui fréquente les pistes de ski au Japon. Une analyse des données permet de constater les variations de l'âge des débutants en ski et en snowboard (fig. 5). Pour les années 1995 à 2003, on observe que le nombre d'élèves de l'école primaire et d'enfants en âge préscolaire est en augmentation, au contraire du nombre d'«adultes». En d'autres termes, la fidélité à un sport d'hiver est inversement proportionnelle à l'âge où l'on commence à le pratiquer. Toutefois, il est notoire que la part des collégiens baisse progressivement.

Analyse du groupe des débutants

On examine ici l'évolution du groupe des débutants, c'est-à-dire des skieurs et des snowboarders qui pratiquent leur discipline depuis moins d'une année.

Si l'on observe l'évolution de 1996 à 2003, on constate que la part de débutants, en 1996, atteint 5,8%, ce qui est extrêmement faible. Après 2002, elle s'abaisse en dessous de 5%. (Fig. 6)

Le nombre de débutants dans les régions avec chutes de neige comme le Hokkaido, le Tohoku ou le Japon central est relativement faible. Les chiffres pour les skieurs débutants du Kanto septentrional et les snowboarders débutants du Kinki occidental présentent une augmentation (tableau 1).

Débutants qui pratiquent un sport depuis moins de trois ans; caractéristiques des faux débutants; problématique

En 2003, on a interrogé sur leurs débuts dans les sports d'hiver des débutants qui pratiquaient une activité sportive depuis moins de trois ans ainsi que des faux débutants (qui ont cessé, puis recommencé une activité sportive); leur nombre s'élève à 30%. Ainsi, l'arrêt, puis la reprise d'une activité sportive est un phénomène fréquent. Si ce comportement n'est pas lié à une région particulière, les chiffres sont légèrement inférieurs pour le Hokkaido et le Tohoku. La proportion des femmes est supérieure à celle des hommes. La proportion de femmes au-dessus de trente ans qui commencent ou recommencent un sport d'hiver s'élève à plus de 20%. (Fig. 7)

Tandis que 31% des débutants commencent par intérêt personnel, 56% éprouvent une certaine curiosité et se laissent convaincre par d'autres. C'est surtout sous l'influence d'autres individus que les habitants du Kanto occidental et la population féminine en général se remettent au ski. (Fig. 8)

Dans les régions avec chutes de neige et dans le Chugoku occidental, le premier séjour de sports d'hiver se déroule, en principe, sous forme d'excursion d'une journée. En revanche, lorsque les habitants des trois métropoles partent pour une station de sports d'hiver, ils y passent, en général, la nuit. (Fig. 9)

Les 63% de la population examinée se sont achetée une tenue de ski, car ils souhaitaient faire leurs débuts sur les pistes dans leur propre tenue. (Fig. 10)

46% du public louent leurs skis sur place et 14% les empruntent à des connaissances. L'équipement est très fréquemment emprunté. En principe, les habitants du Kanto occidental et les femmes en général empruntent leur équipement au commencement de leur apprentissage des sports d'hiver. (Fig. 11)

Pour les débutants, le principal problème réside dans le coût. Ce facteur est suivi par

l'éloignement du domaine de sports d'hiver, puis le froid, le poids de l'équipement et le manque ou le peu de compagnie. (Fig. 12)

Passer à l'acte est considéré comme un obstacle majeur. Une fois qu'ils ont commencé, 89% des participants se disent satisfaits et souhaitent renouveler l'expérience. Un pourcentage à deux chiffres de femmes n'est pas certain de vouloir réessayer un sport d'hiver. (Fig. 13)

Nature des difficultés rencontrées lors de l'accompagnement d'un débutant

Pour les sports d'hiver, un débutant accompagné d'un skieur expérimenté constitue la situation d'apprentissage idéale. 60% des skieurs et des snowboarders ont déjà emmené des débutants avec eux. Si 26% des skieurs avancés n'ont rencontré aucun problème particulier lors de cette expérience, 74% l'ont trouvée difficile: effectivement, des pistes pour les débutants et des espaces où ils peuvent s'exercer font défaut. L'infrastructure des domaines skiables est une entrave à la prise en charge des débutants et alimente sérieusement leurs craintes à l'égard des pistes de ski.