



ANIMATION D'UN VÉLODROME





Le cyclisme sur piste français repose sur un paradoxe qui résulte en grande partie d'une offre à deux vitesses. D'un côté, la France peut se réjouir de disposer d'un parc encore très riche quantitativement avec plus d'une centaine de pistes dont 4 nouveaux vélodromes couverts depuis 2012 (Roubaix, Bourges, Saint-Quentin-en-Yvelines et Bonnac-la-Côte), de s'appuyer également sur des équipements récents tels que Le Neubourg ou Le Mans et de faire perdurer l'excellence sportive comme en attestent les récents titres mondiaux de B.THOMAS ou Q.LAFARGUE. De l'autre, force est de constater que la base formée par les pratiquants s'est essouffée au fil des ans à mesure que les vélodromes d'avant-guerre disparaissent du paysage sportif.

Dangereux pour la viabilité à long terme de la piste française, cette perte d'engouement trouve ses origines dans :

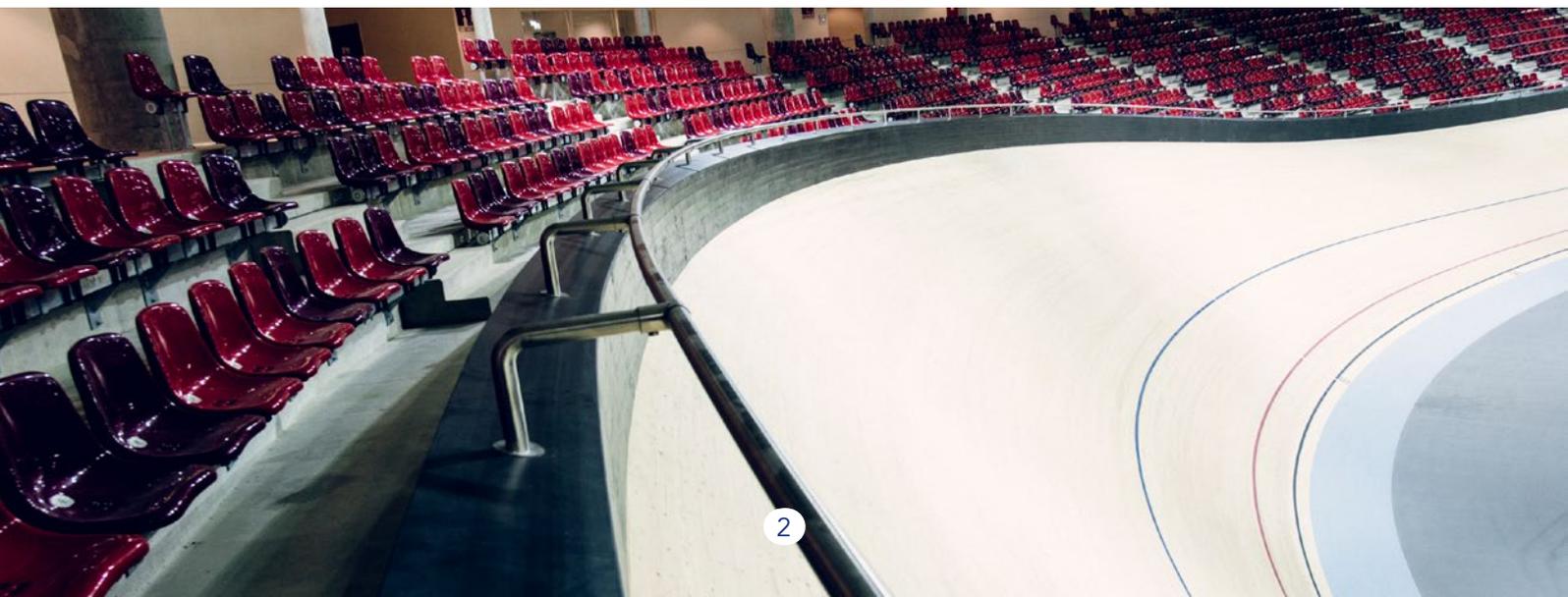
LA VÉTUSTÉ DES VÉLODROMES

Majoritairement construites avant-guerre, de nombreuses pistes présentent un revêtement en mauvais état ainsi qu'une planimétrie défaillante freinant ainsi l'activité des vélodromes et leur capacité à accueillir de nouveaux pratiquants dans des conditions optimales.

De même, la plupart de ces pistes ne répondent pas aux normes actuelles et ne sont donc plus aptes à recevoir des compétitions nationales ou internationales seules à mêmes pourtant de séduire un large public et d'offrir une plage de médiatisation significative.

LE DÉFICIT D'IMAGE

Très spectaculaire, la piste vit dans l'ombre médiatique du cyclisme sur route. Depuis les années 80 et l'apparition massive de sponsors majeurs, les compétitions phares telles que le Tour de France ont eu tendance à aimer les partenaires, médias et public, encourageant dès lors le milieu cycliste à privilégier la route. Un pan important de la chaîne du cyclisme (éducateurs, jeunes cyclistes, collectivités) s'est ainsi structuré autour de la route au détriment de la diversité des pratiques comme en atteste la réticence des groupes sportifs professionnels à « libérer » les coureurs désireux de prendre part de façon exceptionnelle à des compétitions sur piste.



Les exemples de Bradley Wiggins, Mark Cavendish ou plus récemment de Filippo Ganna et Geraint Thomas montrent pourtant tout l'intérêt d'une préparation sur piste et les bienfaits que peuvent en retirer les routiers de haut-niveau. La piste demeure incontestablement la meilleure école pour acquérir des qualités telles que l'adresse, le sens du placement, l'explosivité et améliorer sa position sur le vélo.

L'incroyable engouement que connaît la pratique du cyclisme sur piste en Grande-Bretagne depuis le début des années 2000 et le succès de fréquentation des compétitions organisées en Belgique, Suisse, Allemagne et dernièrement même sur d'autres continents comme à Cali (Championnats du Monde 2013) doivent être des sources d'inspiration. Le cyclisme sur piste est une discipline à fort potentiel qui mérite d'être remise en pleine lumière.

DES PISTES À USAGE TROP RESTREINT

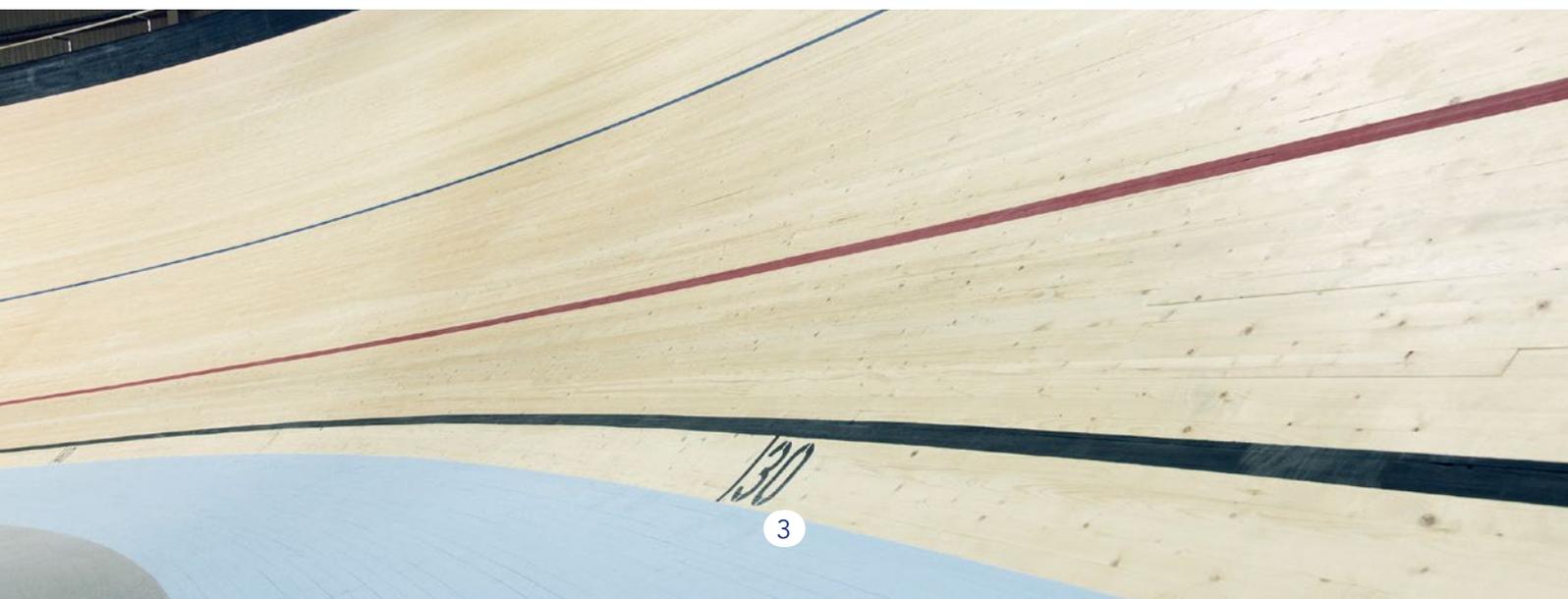
A quelques exceptions près, l'usage fait des pistes est encore trop lié à la compétition et à l'entraînement des licenciés. Au contraire d'équipements sportifs tels que les piscines ou les patinoires, les vélodromes ne sont pas suffisamment ouverts aux autres publics que sont les scolaires, les centres de loisirs, les entreprises, etc...

Ce constat est d'autant plus frustrant et dommageable que l'usage du vélo est de plus en plus populaire et n'a jamais été aussi valorisé y compris dans la sphère publicitaire. Combien de publicités ou de vitrines de magasins qui surfent sur la mode du vélo ? Qu'il soit rétro, vintage ou au contraire acidulé comme l'encourage la vague « fixie » depuis plusieurs années, le vélo est « tendance ». Pourquoi ne pas profiter de cette vague et recentrer le curseur sur la piste ?

SPORT SPECTACULAIRE MAIS PAS SPORT SPECTACLE

Le cyclisme sur piste est une discipline « frisson ». Le lieu de pratique est lui-même impressionnant. L'inclinaison des virages (jusqu'à 45°), la sensation de « faire face à un mur » combinée aux vitesses atteintes et à la dextérité des pistards font de ce sport une discipline spectaculaire.

La diffusion TV des épreuves internationales sur piste de même que la forte médiatisation autour de l'inauguration du vélodrome de Saint-Quentin-en-Yvelines puis des Mondiaux organisés en février 2015 ont montré des signes d'intérêt croissant des medias pour la discipline mais ce sursaut est fragile et nécessite d'être consolidé.





Séduire le binôme public-media passe également par une refonte des compétitions. Les compétitions sur piste sont souvent longues et se caractérisent par des systèmes d'éliminatoires parfois complexes. Le public présent dans les tribunes doit parfois patienter toute la journée pour suivre les différents tours d'une compétition et assister enfin aux finales. La concentration des épreuves et un accès limité du public aux dernières phases de la compétition sont des pistes à explorer. Il est en effet difficile de maintenir l'intérêt du public plus de 2-3 heures d'affilée...à moins de lui offrir une offre d'animations parallèle.

C'est sur ce point que les organisateurs de compétitions et les gestionnaires de vélodromes doivent probablement réaliser le plus d'efforts. Le rôle du speaker, la variété des disciplines (endurance/vitesse), l'ambiance musicale, la restauration sur site, les jeux en coulisses et avec le public doivent s'articuler de façon à créer un véritable show lequel demeure évidemment conditionné par la qualité du plateau réuni et la présence ou non de têtes d'affiche.

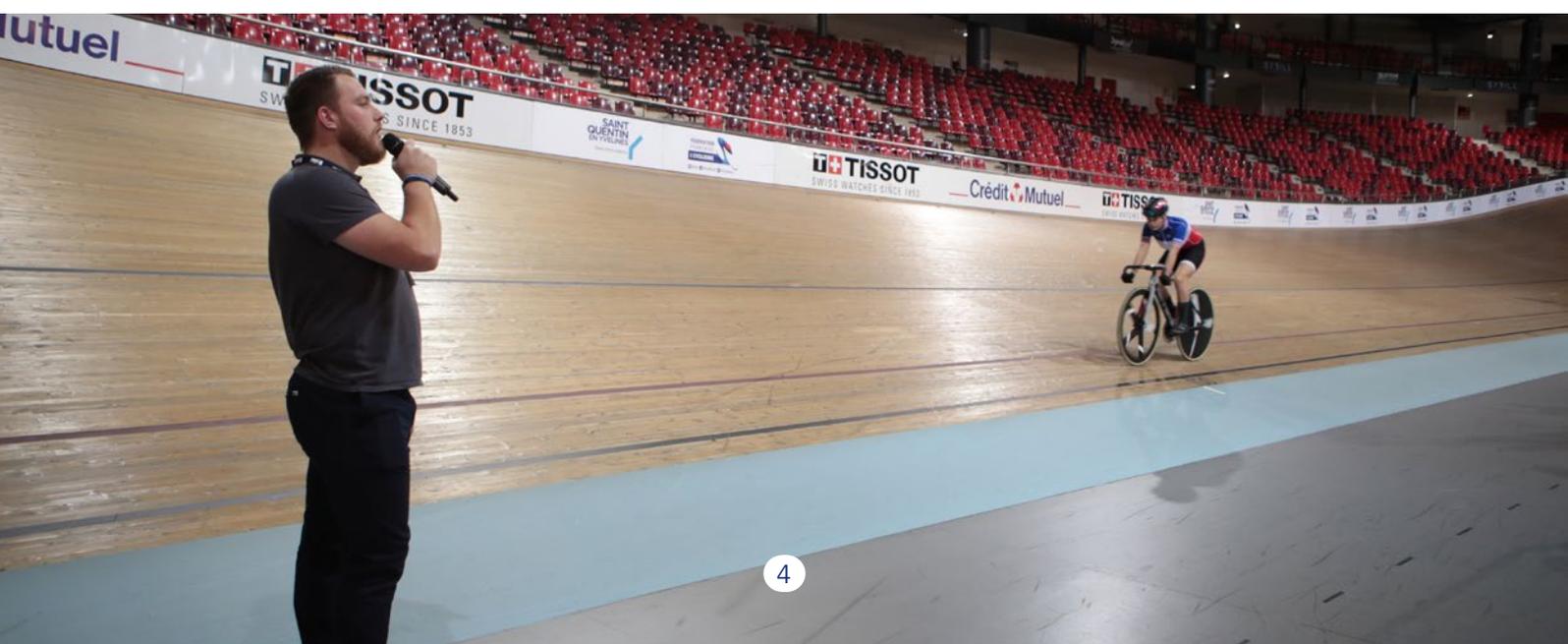
LE MANQUE D'ÉDUCATEURS

Pour qu'un vélodrome donne la pleine mesure de son potentiel il est nécessaire que celui-ci soit au minimum porté par un éducateur permanent et rattaché au club utilisateur de l'enceinte. L'équation club – animateurs – vélodrome peut difficilement fonctionner en l'absence d'un seul de ces éléments.

Dans l'idéal, il semble stratégique d'héberger le club FFC utilisateur au sein même du vélodrome. Le fait d'intégrer le siège du club ainsi que ses locaux techniques (stockage des vélos) donne plus de garanties quant à l'utilisation régulière de l'équipement et son entretien quotidien.

De la même façon, le dispositif minimal semble être la présence d'un éducateur permanent en charge d'animer (organisation des séances et du planning, gestion des baptêmes) et de promouvoir l'équipement (communication, évènements, démarche commerciale auprès des différents publics potentiels...). En dynamisant l'activité piste, en la rendant attractive aux yeux du plus grand nombre possible d'utilisateurs potentiels, en mettant en place une stratégie de communication et en créant une communauté élargie de pratiquants, les ressources créées doivent permettre de prendre en charge les coûts liés à ce poste d'animateur.

Tout est donc lié ! L'ensemble forme un cercle vertueux qu'il s'agit de mettre en place pièce par pièce pour stimuler l'activité des vélodromes et celle du cyclisme sur piste.



QUEL USAGE POUR QUEL PUBLIC ?

Fort de la modularité plus ou moins large que lui confèrent ses équipements, un vélodrome est un terrain de jeu à même d'accueillir un grand panel d'activités et donc de séduire un public des plus variés. Qu'ils soient intéressés par une pratique régulière ou occasionnelle, ces usagers potentiels sont nombreux.

Avant même d'envisager de pouvoir satisfaire différents profils d'utilisateurs, le socle de toute activité repose sur l'encadrement et l'animation de l'équipement sportif.

Sans animateur, sans éducateur permanent impossible en effet d'organiser des créneaux en dehors des séances dévolues au club, impossible d'accueillir des scolaires, impossible de démarcher des partenaires et de mener des actions de promotion auprès de nouvelles cibles.

LA NÉCESSITÉ D'UN ENCADREMENT DIPLÔMÉ ET PERMANENT, PRÉALABLE À TOUTE ACTIVITÉ

Le vélodrome et sa piste représentent un lieu de pratique avec des règles d'évolution, un apprentissage spécifique (habiletés, maîtrise du vélo seul, en groupe...). C'est pour cette raison que la pratique du cyclisme sur piste nécessite la présence d'intervenants bénévoles (diplômes fédéraux) ou professionnels (diplômes d'état).

Le recrutement de personnes qualifiées est en effet un préalable au bon fonctionnement de l'équipement et une garantie dans la qualité de l'accueil.

L'encadrant est responsable de son groupe, aussi bien sur le plan pédagogique que sur le plan de la sécurité des pratiquants.

L'ENCADREMENT BÉNÉVOLE

Chaque club a la possibilité de former ses bénévoles pour encadrer ses licenciés.

La Fédération Française de Cyclisme met en place des formations spécifiques Piste de manière à pouvoir accueillir dans les vélodromes différents publics :

- Animateur Fédéral : 3-12 ans – Savoir-Rouler – Ecoles de Vélo
- Educateur Fédéral : 8 – 16 ans – licenciés – Ecoles Française de Cyclisme Compétition
- Entraîneur Fédéral : Performance – Planification d'entraînements

A noter que la FFC a par ailleurs créé une formation intitulée Coach Cyclisme Santé laquelle se décline en 3 niveaux. Vous retrouverez l'ensemble des programmes de formation en cliquant sur le lien suivant :

www.ffc.fr/se-former/devenir-encadrant/

L'ENCADREMENT PROFESSIONNEL

Les intervenants rémunérés doivent être titulaires d'une qualification professionnelle délivrée par l'Etat. Ces diplômes assurent un encadrement tout public et sont un gage de réussite dans l'activité d'un vélodrome.

TAUX D'ENCADREMENT

Le taux d'encadrement minimum d'encadrement en cyclisme sur piste est d'une personne (diplômée) jusqu'à 12 pratiquants, et au-delà de 12 élèves, un intervenant, qualifié ou bénévole supplémentaire par tranche de 12 pratiquants.



En fonction de l'activité du vélodrome, les moniteurs sont nécessaires pour encadrer – conseiller – corriger – encourager les jeunes pistards ainsi que les publics non avertis (entreprises dans le cadre de séminaires, scolaires, centres de loisirs...).

Outre la pédagogie et l'animation des sessions, ces moniteurs doivent être en mesure de régler les vélos et d'effectuer la maintenance du matériel. Ils ont également un rôle capital dans la promotion de l'équipement, la valorisation des activités et le recrutement des pratiquants.

ACCUEILLIR LES ACTIVITÉS DU CYCLISME SUR PISTE - LICENCIÉS FFC

CLUBS CYCLISTES TRADITIONNELS

Qu'il soit plutôt routier ou totalement pistard, jeune ou expérimenté, la piste permet au coureur de travailler à la fois sa vélocité, son sens tactique, son placement face aux adversaires (apprendre à « frotter »), la maniabilité, l'aérodynamisme et l'endurance grâce aux épreuves de fond.



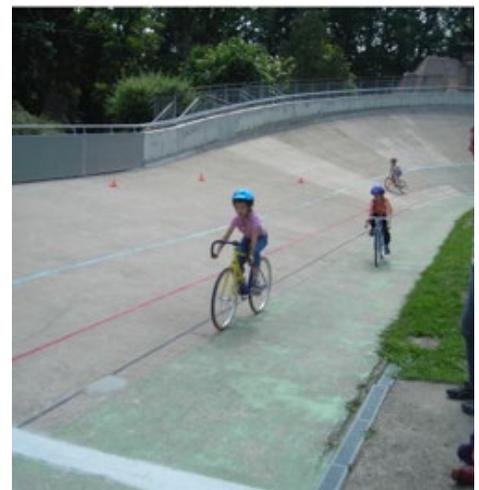
LES ÉCOLES DE VÉLO

Socle de la pyramide des compétiteurs, l'école de vélo est ouverte à tous les enfants, dès l'âge de 10 ans, pour autant qu'ils aient la taille nécessaire pour monter sur un vélo de piste.

Contenu des séances

Dans un premier temps, il convient d'apprendre à :

- S'habituer au vélo avec pignon fixe, sans vitesse et sans frein
- Démarrer
- S'arrêter
- Rouler sur la partie basse de la piste





Par la suite

- Prendre confiance en soi
- Maîtriser le vélo en relation avec les autres participants
- Connaître les positions de sécurité
- Rouler sur toute la surface de la piste



FAVORISER LA DÉCOUVERTE ET LE LOISIR – PRATIQUANTS OCCASIONNELS

UTILISATEUR OCCASIONNEL/LAMBDA

Elargir le panel d'utilisateurs, faire découvrir la piste et en démocratiser son usage tel est le principal enjeu des vélodromes. Pour ce faire, il convient de proposer des activités telles que des **baptêmes de piste** avec remise de diplômes et passages de grades selon les niveaux, organiser des rencontres spéciales fixées, d'instaurer des compétitions non-officielles, mettre en place des soirées à thèmes (vintage, maillot jaune....).



Découvertes de la piste

DECATHLON
A FOND LA FORME

Présentation du vélodrome et initiation au cyclisme sur piste
Des animateurs diplômés de la Fédération Française de Cyclisme vous accueilleront pour des exercices variés, Possible avec son vélo.

Participation gratuite et parrainée par ton magasin
DECATHLON Le Mans Sud
- Casque obligatoire -
(Possibilité de prêt d'un casque sur place)

VÉLODROME
du MANS

Entre filles

(réservé aux femmes de tous âges et jeunes filles, licenciées ou non)
3 septembre : 10 h à 12h - matinée découverte entre Filles.
Initiation avec vélo de piste possible.
Renseignements au 06 74 17 63 31 ou sur place.

Entre kids
Récompenses pour tous les participants
Mini-épreuves et mini-compétitions
(réservé aux jeunes, âgés de 4 à 14 ans, garçons ou filles, licenciés ou non)
3 septembre : 14 h 30 à 17 h : après-midi DECATHLON découverte de la piste
24 septembre : 14 h 30 à 17 h : après-midi DECATHLON découverte de la piste
Inscriptions au 06 74 17 63 31 ou sur place avant 13 h 30.



Toutes les idées sont bonnes pour attirer le public sur la piste et dans les tribunes. Sans faire de croix sur l'aspect sécuritaire, le développement de la piste passe par une politique de main-tendue à l'égard de ces publics qui n'ont pas le réflexe, ni l'habitude de venir se rencontrer sur un vélodrome. Il faut leur proposer quelque chose de nouveau, casser le frein psychologique et l'image traditionnelle du cyclisme sur piste pour l'attirer puis le fidéliser.



APPRENTISSAGE SÉCURISÉ, PÉDAGOGIE – SCOLAIRES, PUBLICS À HANDICAP

LES SCOLAIRES

Encore trop peu présents sur les vélodromes français, les jeunes et plus particulièrement les enfants scolarisés en école primaire ou au collège constituent pourtant un vivier stratégique pour la piste. La pratique du cyclisme sur un vélodrome et donc un espace clos et fermé à la circulation peut aisément s'insérer dans le cadre du programme d'EPS à travers des exercices de sécurité routière, d'apprentissage du cyclisme et d'épreuves chronométrées (dimension endurance plus ou moins prononcée). **Le vélodrome a surtout son rôle à jouer dans le cadre du Savoir-Rouler.**



LES ENJEUX DU «SAVOIR ROULER À VÉLO»

« Le Savoir Rouler à Vélo » permet aux enfants de bénéficier des apprentissages nécessaires pour disposer d'une réelle autonomie à vélo lors de leur entrée au collège.

Le 9 janvier 2018, le Comité Interministériel à la Sécurité Routière (CISR), présidé par le Premier ministre, a adopté une mesure visant à « accompagner le développement de la pratique du vélo en toute sécurité ». L'opération « Savoir Rouler à Vélo » permet de porter cette mesure qui vise la généralisation de l'apprentissage de la pratique du vélo en autonomie pour l'ensemble des enfants avant l'entrée au collège. Cette mesure a été reprise dans le cadre du Plan Vélo lancé le vendredi 14 septembre 2018.



En 10 heures, le «Savoir Rouler» à Vélo permet aux enfants de 6 à 11 ans de :

- Devenir autonome à vélo,
- Pratiquer quotidiennement une activité physique,
- Se déplacer de manière écologique et économique.



Exemple de classes accueillies sur le vélodrome de Cleden-Poher

La présence d'une mini-piste ou d'une aire goudronnée au centre du vélodrome apporte une réelle plus-value en matière d'accueil des plus jeunes. Une telle configuration permet notamment de réaliser un circuit constitué d'ateliers et d'exercices

A défaut, la zone de sécurité de la piste offre une belle surface d'exploitation.



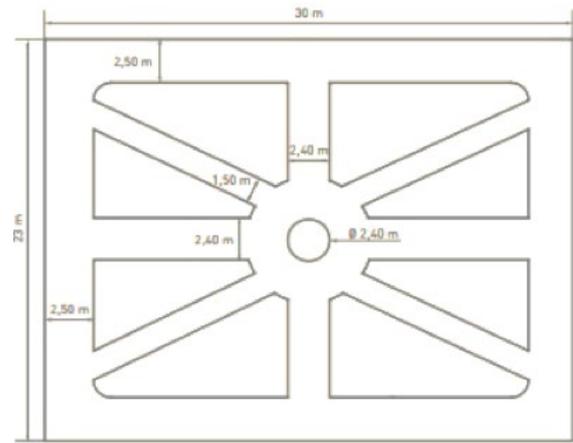
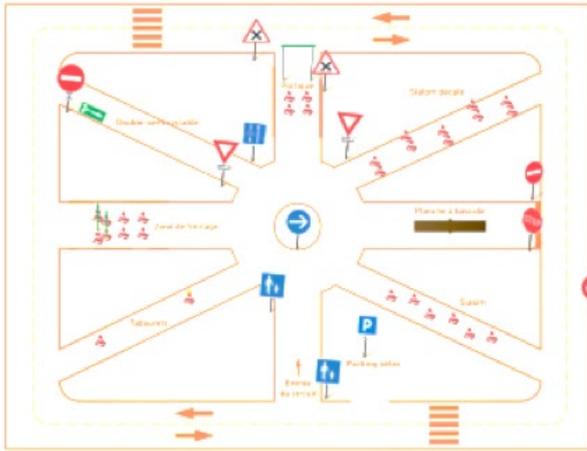
Sport, prévention et civisme peuvent ainsi trouver une place de choix au sein d'un vélodrome.





EXEMPLES DE PLANS POUR RÉALISATION D'EXERCICES DE SÉCURITÉ ROUTIÈRE

(extraits du guide pratique pour la validation des compétences APER – Académie et Préfecture du Nord).



Piste de sécurité routière – Vélodrome de Bressuire

HANDICAP

Séances encadrées par des animateurs spécialisés et qui permettent aux personnes souffrant d'un handicap léger de ressentir les sensations de la piste.





DIVERSIFIER L'OFFRE EXTRACYCLISTE – AUTRES PUBLICS SPORTIFS

Pour optimiser l'utilisation des vélodromes il est nécessaire de s'ouvrir au plus grand nombre et dans un premier temps aux autres pratiques qui sont en lien avec le vélo telles que le vélo-couché, le triathlon. Il est également possible d'organiser des compétitions d'un nouveau genre mêlant une épreuve running, une épreuve d'endurance piste et une autre épreuve (tir à l'arc, saut en longueur ?). Un vélodrome permet de nombreuses combinaisons et laisse en effet une grande marge de créativité.



Le **badminton** est sans conteste la discipline sportive la plus représentée dans les vélodromes couverts. Cela s'explique par l'engouement croissant pour cette discipline, la difficulté à trouver des salles couvertes dans les gros bassins de population, les faibles exigences en matière d'emprise au sol et le fait qu'un volant de badminton a peu de chances d'atteindre la piste et donc de représenter un danger pour les pistards.



A noter par ailleurs que l'installation de filets tels qu'à Roubaix, Bourges, Gent ou encore Granges rend notamment possible la pratique simultanée de sports de ballons, du tennis et de cyclisme.





Cours de Zumba – Vélodrome de Saint-Quentin-en-Yvelines

Autre diversification possible et potentiellement génératrice de revenus : l'aménagement d'une **salle de musculation/fitness**. Qu'il s'agisse d'une salle dédiée ou de modules disposés dans l'aire centrale, les appareils ainsi mis à disposition sont susceptibles d'être utilisés par les pistards pour parfaire leur préparation physique. Des cours spécifiques et dirigés vers une cible grand public peuvent compléter le dispositif et optimiser l'utilisation de ces éléments.



Dans le cas des vélodromes (couverts essentiellement), l'aire centrale ainsi que la mise à disposition d'équipements annexes (vestiaires, locaux de rangement, gradins) offrent un espace privilégié pour **accueillir de façon plus ou moins régulière de grandes manifestations sportives**.



Organisation d'une compétition de pétanque



Compétition de basket-ball dans l'aire centrale



Les vélodromes à l'image de Bercy par le passé, Grenoble, et aujourd'hui Saint-Quentin-en-Yvelines se transforment alors en Arena sportive.



Compétition d'arts martiaux 2014 – Vélodrome de Saint-Quentin-en-Yvelines



Championnats d'Europe de Natation 2014 – Vélodrome de Berlin





RENFORCER LES DIMENSIONS LUDIQUES ET PLAISIR - CENTRE DE LOISIRS, ENTREPRISES, ETC...

LES CENTRES DE LOISIRS/VACANCES

Sur la base de stages d'initiation ou de perfectionnement (1 à 3 jours), l'accès à un vélodrome et à sa multitude de disciplines peut donner le goût à la piste grâce à un encadrement sachant mêler pratique sportive et ludique.



Qu'il s'agisse des écoles de vélo, des scolaires, des centres de loisirs, il est capital de fonder l'argumentaire sur l'aspect sécurité que représente la pratique du cyclisme dans un vélodrome en lieu et place d'une voie ouverte à la circulation.

ENTREPRISES

S'inscrire dans la dynamique des Team building (séminaires) pour proposer des journées autour de l'initiation piste avec repas sur ou aux alentours du vélodrome etc... Les vélodromes peuvent permettre d'organiser des compétitions interentreprises à l'image de ce qui est pratiqué dans les centres de football à 5.



Exemples d'incentives menées dans le vélodrome de Roubaix

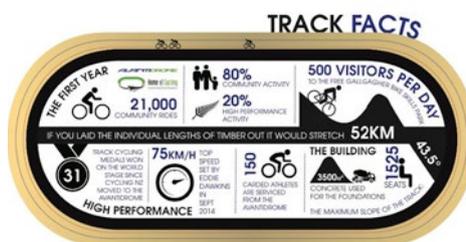


MENER UNE STRATÉGIE DE PROMOTION ET DE DÉVELOPPEMENT EXTRA-SPORTIVE

L'animation d'un vélodrome et sa capacité à mobiliser un cercle élargi d'utilisateurs passent obligatoirement par une stratégie de communication ciblée et forte en faveur des publics à fort potentiel.

S'APPUYER SUR LES NOUVEAUX RÉSEAUX

La création de pages Facebook et Instagram dédiées permet de diffuser les plannings d'utilisation, de donner des informations sur les événements prévus et surtout de donner naissance à une communauté d'utilisateurs grâce par exemple à des concours photos, des reportages, des portraits des coureurs licenciés ou occasionnels...



Ces pages peuvent même permettre la diffusion en streaming de compétitions ou d'événements de toute autre nature.

CRÉER UN RÉSEAU AVEC LE MILIEU SCOLAIRE, LES MJC, LES CENTRES DE LOISIRS

L'idée est de faciliter leur venue et de permettre l'inscription de l'activité piste dans leurs plannings et programmes d'animation. L'objectif est double : toucher une frange qui n'aurait pas eu le réflexe ou les moyens (coût, éloignement géographique) de se rendre sur un vélodrome et faire de la piste une activité associée aux notions de plaisir et de loisir.





ALLER À LA RENCONTRE DU MONDE ÉCONOMIQUE

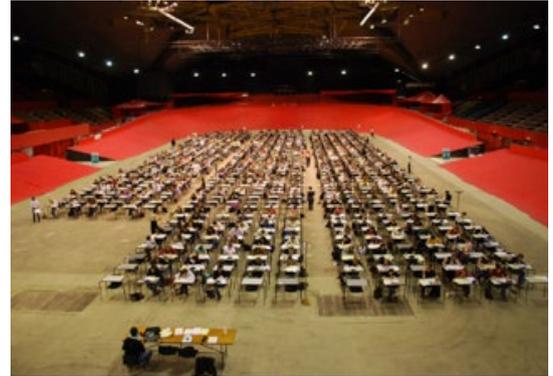
En recherche perpétuelle de lieux originaux pour organiser des rencontres professionnelles ou internes (team building), le monde de l'entreprise est une cible privilégiée. Les séduire, les attirer passe par une démarche de prospection auprès des comités d'entreprise et une stratégie commerciale permettant de proposer des produits clés en main telles que des compétitions interentreprises, des tarifs préférentiels, des séminaires... Les photos ci-dessous démontrent le caractère polyvalent d'un vélodrome couvert (ici Roubaix et Granges).





S'OUVRIR AU MILIEU UNIVERSITAIRE ET CULTUREL

Comme évoqué dans le précédent paragraphe, l'aire centrale (d'un vélodrome couvert) a un potentiel multifonctionnel exceptionnel qui lui ouvre de très nombreuses perspectives en direction notamment du milieu universitaire (sessions d'examen, conférences, salons étudiants...) et bien évidemment culturels (expositions, concerts...).



Concert au vélodrome de Berlin

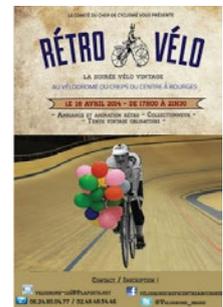
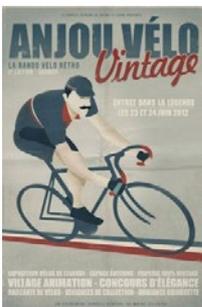


METTRE EN PLACE DES ANIMATIONS ORIGINALES VOIRE DÉCALÉES



A l'image des centres aquatiques et de leurs structures de gestion privée, il faut « donner vie » à l'équipement, surprendre et sortir de la seule case sportive. Cette stratégie permet en effet de capter l'attention, de marquer les esprits et potentiellement de s'ouvrir à de nouveaux adeptes.

Cette démarche peut passer par l'organisation de sessions vintage où déguisement, sport et convivialité sont rois. La vague du vintage est en plein boom de même que la pratique fixie. Il est intéressant de capter ce mouvement et de s'adresser directement à ces adeptes.



Il faut pouvoir s'appuyer sur la mode du fixie qui remet au goût du jour les vélos d'inspiration piste et qui a donné naissance à une communauté de plus en large notamment dans les grandes villes.

Autre idée : A l'image de ce qui est fait dans les centres aquatiques, créer des événements à partir d'une thématique et miser, l'espace d'une journée voire d'une soirée, sur la convivialité (exemple : soirée vélo fluo)



Exemple supplémentaire : Nuit du Vélo organisée sur le vélodrome couvert de Roubaix qui combine astucieusement compétition de vélo, débats avec Vip sur le sport-santé, vente aux enchères à but lucratif puis soirée dansante.



En un mot, **soyez audacieux et créatifs** ! Pas de limite si ce n'est celle de la sécurité des pratiquants.



QUELLES COMPÉTITIONS CYCLISTES ?

NE PAS SE FOCALISER SUR UNE SEULE DISCIPLINE AU DÉTRIMENT DES AUTRES

Chaque discipline trouve son public. Spectaculaire et plus médiatisée, la Vitesse ne doit pas écraser les autres pratiques. Les courses à l'Américaine, le Keirin, l'Elimination, la Poursuite par équipes, voire le demi-fond ont tous les atouts pour séduire public et pratiquants.



MIXER LES DISCIPLINES AU SEIN D'UNE MÊME COMPÉTITION

S'inspirer des organisations faites en Belgique et en Suisse lesquelles démontrent qu'il est possible de combiner astucieusement les disciplines pour éviter l'effet de lassitude que peut ressentir un public (néophyte) face à la répétition d'épreuves similaires.

VALORISER CES ÉVÈNEMENTS, DÉPASSER LE CADRE PUREMENT SPORTIF

AMÉLIORER LE CÔTÉ FESTIF ET SHOW DES COMPÉTITIONS

Les compétitions organisées dans les pays frontaliers tels que la Suisse, l'Allemagne et la Belgique tracent la voie à suivre. Les 6 jours organisés dans ces pays démontrent en particulier tout le potentiel de la piste en termes d'engouement et d'ambiance.



La popularité de ces compétitions s'explique en partie par le spectacle proposé sur la piste mais pas uniquement. Le succès de fréquentation provient essentiellement de ce que les spécialistes des grands évènements appellent « l'expérience spectateur ». La qualité de la nourriture proposée, les effets sonores, les animations extra sportives ainsi que les services proposés sur place enrichissent l'offre sportive initiale et permettent à chacun de profiter de l'évènement dans sa globalité.





Les sports tels que le football ou le rugby s'inspirent de plus en plus des accessoires et des animations déployées lors des compétitions organisées en Amérique du Nord. Tout en restant dans un cadre suffisamment sécurisé (distribution interdite sur les premiers rangs de spectateurs afin de limiter les risques de chutes d'objets sur la piste), la distribution de tap-tap ou de cartons applaudisseurs (apportent un vrai plus en termes d'ambiance et de convivialité sans oublier qu'ils laissent un souvenir aux spectateurs et peuvent permettre à un partenaire économique d'afficher son logo sur un des côtés.

Créer un véritable spectacle et capter un nouveau public passent nécessairement par l'amélioration de cette « expérience spectateur ». Il faut surprendre le public, lui faire passer un bon moment et aller plus loin qu'une simple succession d'épreuves sportives. Même si la nature et l'ampleur des animations seront dimensionnées au regard des infrastructures présentes et du niveau de compétition, cet aspect doit absolument être renforcé d'autant plus que les journées de compétitions sont souvent longues.

Mettre en place des démonstrations sportives en lien avec le cyclisme (Freestyle, polo-vélo, Trial...) ou non, incorporer des groupes de musique dans les tribunes (bandas), créer une interaction avec le public (Kiss-cam pour les vélodromes couverts dotés d'un écran géant) sont des options possibles.



Kiss-cam



Groupe de banda



Démo freestyle

DONNER DE LA VISIBILITÉ ET DE LA LISIBILITÉ AUX COMPÉTITIONS

D'un point de vue sportif, il est conseillé de limiter le week-end de compétitions à 2-3 catégories de coureurs (exemple : Elite + Cadets/Minimes) afin de réduire le temps d'attente des pistards entre les différentes courses.

La volonté d'accroître la visibilité de la compétition passe notamment par l'attribution d'un titre phare (Grand-Prix XXX) et si possible en lien avec un sponsor titre. Le « naming » de la compétition est une source de revenus supplémentaires pour l'organisateur et représente un important gain de notoriété pour le sponsor qui associe sa marque à l'épreuve. Dans ses relations avec les médias, l'organisateur doit ainsi faire en sorte que le nom du sponsor soit systématiquement mentionné dans les articles. Seule cette valorisation est susceptible d'attirer des partenaires privés et d'enclencher une cercle vertueux (sponsoring = dotations = meilleurs coureurs = retombées médiatiques accrues = intérêt des sponsors...)





AMÉLIORER LE CONFORT ET LES PRESTATIONS D'ACCUEIL

Le confort, les conditions d'accueil, les services proposés sur place ont un impact décisif sur la fréquentation d'un équipement sportif. Outre la mise à disposition de vestiaires/sanitaires propres, certains points méritent ainsi d'être particulièrement soignés :

PRÉVOIR SUFFISAMMENT DE RANGEMENTS

L'installation de boxes ou cages permet un rangement sécurisé et privatisé des vélos. La superficie de la ou des salles abritant les cages à vélo doit être dimensionnée de manière à permettre un accueil optimal des abonnés et/ou des clubs.



Les cages sont fortement appréciées des coureurs abonnés ou licenciés dans le vélodrome puisqu'elles permettent d'y stocker les tenues et le matériel d'entretien. Les crochets seront plutôt destinés à entreposer les vélos de baptêmes de piste ou ceux du club.

DISPOSER D'UN PARC DE VÉLO ET DE TENUES (CASQUES, CHAUSSURES)

La structure en charge de la gestion du vélodrome doit pouvoir mettre à disposition un parc de vélos à l'attention des débutants (baptêmes de piste), des scolaires, des centres de loisirs ainsi que des entreprises dans le cadre de séminaires sportifs (team building).





L'ouverture de la discipline et la conquête de nouveaux publics passent obligatoirement par ce type de facilité et la fourniture d'un service complet. Sans cette démarche, il est impossible d'élargir le champ de ces utilisateurs « d'un jour » qui, forts d'une première expérience réussie sont susceptibles de devenir ensuite des pratiquants réguliers.

La mise à disposition d'une boutique attenante à l'accueil du vélodrome est également une source potentielle de revenus pour les vélodromes à fort trafic.

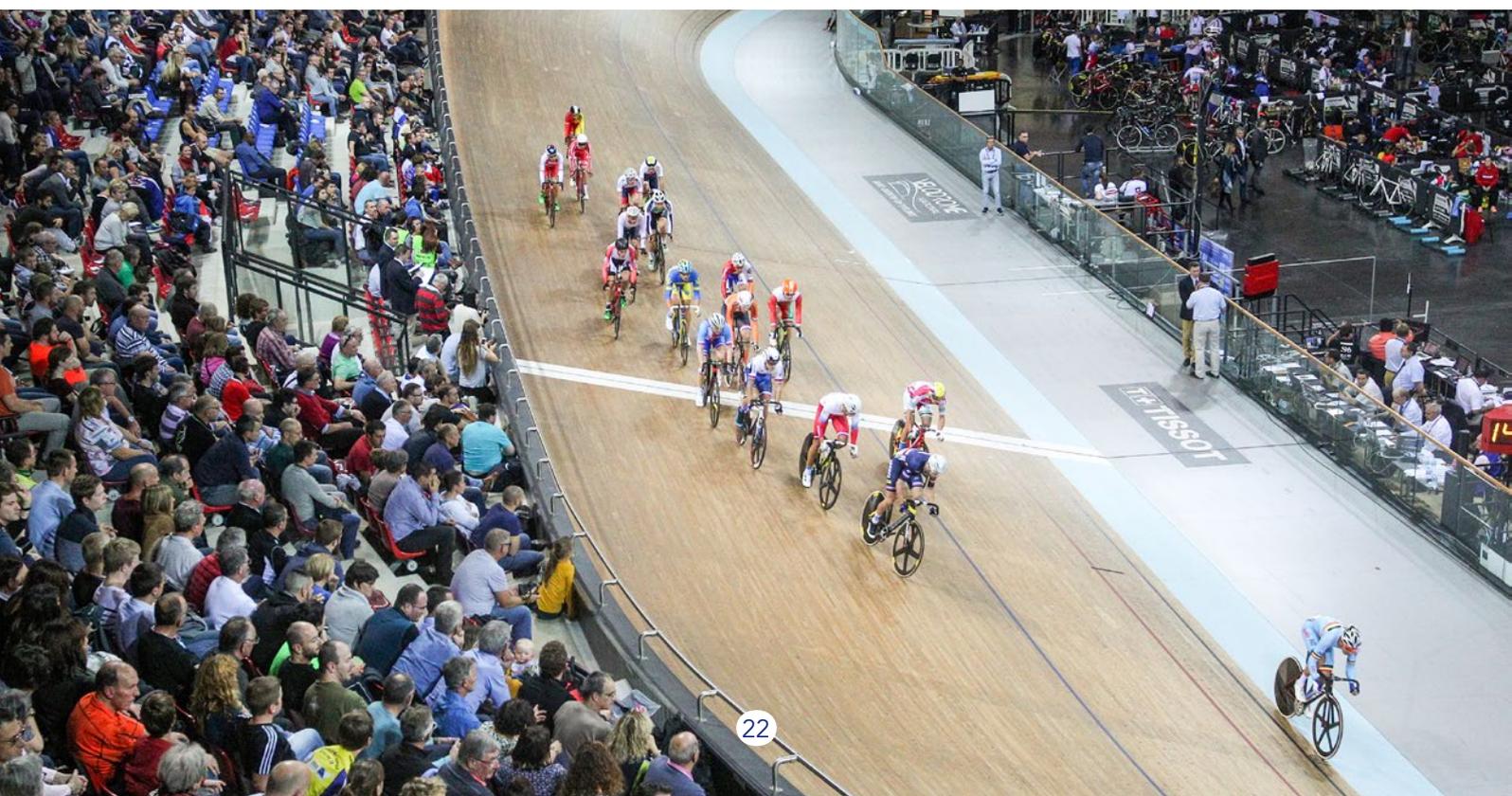
SOIGNER LA VISIBILITÉ ET LE CONFORT DES SPECTATEURS

Dans le cas de vélodromes couverts, il est fondamental de porter une attention particulière à la visibilité des spectateurs depuis les tribunes. Les sièges des premiers rangs doivent être suffisamment élevés pour assurer une vue totale ou presque de la largeur de la piste.

Cette problématique de visibilité est surtout présente pour les sièges situés en virage. Compte tenu du fort devers, les premières rangées de sièges doivent être surélevées par rapport à la balustrade extérieure de la piste sous peine de condamner la visibilité du public sur les 3/4ers rangs.

De façon plus générale, il importe de privilégier les conditions d'accès et d'accueil du public. Hors déambulatoire, la mise à disposition de quelques rangées de gradins facilite la venue de spectateurs sur les compétitions et permet aux accompagnateurs (parents) d'assister aux sessions d'entraînement ou baptêmes.

Les cheminements vers les sanitaires ou les buvettes doivent être suffisamment larges et configurés de telle sorte qu'ils permettent une circulation aisée entre les différents flux (public entrant/sortant, personnes se rendant aux buvettes ou aux sanitaires, secours...)





EXPLOITER LE POTENTIEL COMMERCIAL ET MARKETING DE LA PISTE

De par sa superficie, son potentiel public et les retombées médiatiques des événements (extra) sportifs, un vélodrome est un support publicitaire de choix pour les partenaires économiques. Plusieurs options « marketing » sont possibles :

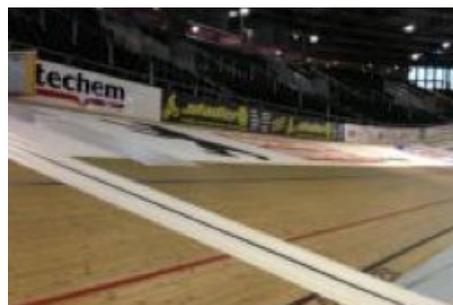
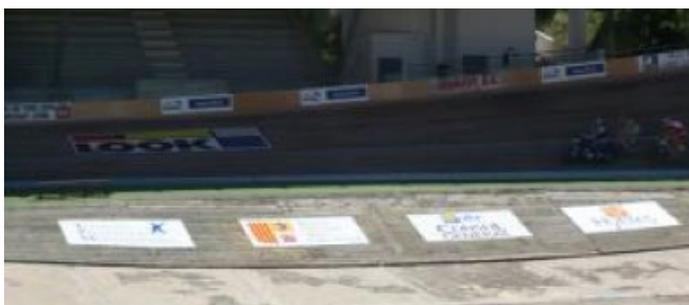
NAMING

Possibilité de baptiser l'enceinte au nom d'un partenaire marketing. Les vélodromes couverts sont les plus à même de séduire les entreprises.



UTILISER LES ESPACES LIBRES SUR LA PISTE ET SES ABORDS

Cela doit être fait dans le respect des règles fixées en la matière par l'UCI et la FFC. Les inscriptions publicitaires sur la surface de la piste doivent être placées au-dessus de la ligne des stayers, dans une bande longitudinale comprise entre 50 cm du bord extérieur de cette ligne et 50 cm de la balustrade (bord extérieur de la piste).



A noter que sur les épreuves non officielles type gala ou 6 jours, la largeur de la bande dévolue aux espaces publicitaires peut être étendue à l'instar de ce qui est fait en Allemagne, Belgique ou Suisse. Cette configuration reste interdite pour les compétitions officielles.





COMMERCIALISATION D'ESPACES PUBLICITAIRES SUR UN VÉLODROME

Exemple de Granges (Suisse)

Possibilité d'acheter des espaces sur la piste (8 x 3 m) :



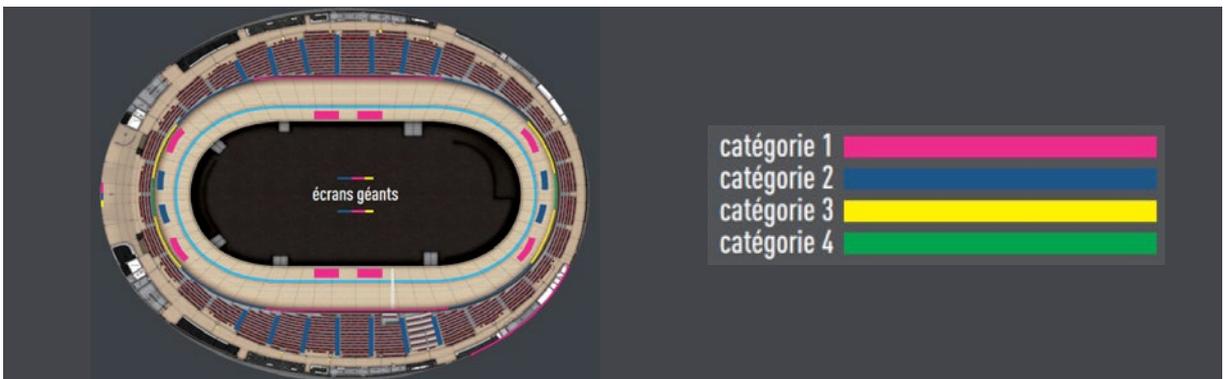
Achat d'espaces sur la balustrade extérieure (prix au m) :



Dans le cas des vélodromes couverts, commercialisation des espaces muraux



Exemple de Saint-Quentin-en-Yvelines



GUIDE RÉALISÉ PAR
GUILLAUME SCHWAB, EN COLLABORATION AVEC BRUNO LECKI
(MANAGER DES ÉQUIPES DE FRANCE PISTE)

POUR TOUT RENSEIGNEMENT, CONTACTEZ

GUILLAUME SCHWAB
RESPONSABLE DES ÉQUIPEMENTS SPORTIFS
ET DES SITES DE PRATIQUE

✉ g.schwab@ffc.fr

☎ 01 81 88 09 22

1, rue Laurent Fignon
78180 MONTIGNY LE BRETONNEUX
www.ffc.fr