

Etude de satisfaction d'un événement sportif : l'édition 2005 des *Playstation Air Games*

Paul-Farell Couche

Master professionnel de *Marketing et gestion du sport* – Université de Strasbourg
Direction G. Tribou

L'événementiel sportif est un secteur qui nécessite un investissement permanent de la part des différents acteurs. Que ce soit pour son financement, pour son organisation, pour la gestion humaine, ou encore dans un souci de répondre au mieux aux attentes des spectateurs, l'événement sportif semble être lié à une multitude de contraintes.

Ce sont ces caractéristiques qui nous ont poussé à nous intéresser à une des variables de la réussite d'un événement sportif : la satisfaction des spectateurs. Plus précisément, nous avons étudié la perception par ces derniers des animations et des spectacles proposés lors d'une tournée itinérante : celle des *Playstation Air Games* (ski et snowboard Freestyle). Cet aspect de l'événement suscitait chez les organisateurs un certain nombre d'incertitudes, ce qui a justifié notre étude.

Nous nous sommes vu confier par l'agence SOLOLA EVENEMENT la réalisation d'une enquête auprès des vacanciers des stations de Pra Loup et Montgenèvre présents lors des Playstation Air Games Edition 2005.

I- Objectif de l'étude

Le but de cette étude est de mesurer la satisfaction des spectateurs à travers la perception de la qualité du spectacle, des animations et des encadrements proposés lors des Playstation Air Games. Nous avons voulu mettre en évidence dans quelle mesure ce tour événementiel a pu être à l'origine d'une amélioration de l'animation dédiée aux vacanciers dans les deux stations étudiées. Nous avons également mesuré leurs insatisfactions et leurs sources de désagrément. Les informations que nous pourrions tirer de cette étude nous permettront d'améliorer les composantes des Playstation Air Games.

Un des objectifs prioritaires est de pouvoir répondre au mieux aux attentes des vacanciers (lorsqu'ils en ont) présents sur les stations étudiées. Il semble intéressant pour les organisateurs de connaître les spécificités du public pour proposer des prestations toujours plus adaptées à ses attentes.

En effet, l'organisation années après années des Playstation Air Games est le reflet d'une volonté de proposer aux vacanciers des animations, des shows tout au long de la journée de ski et même après dans différentes stations des Alpes, et ce dans les meilleures conditions possibles. Cependant, il convenait d'étudier les attentes du public et son degré de satisfaction par rapport à ce qui a jusqu'alors été proposé en terme de divertissement.

Notre objectif était d'établir un questionnaire permettant de déceler les besoins en matière de divertissements des vacanciers des stations de ski, leur point de vue, leur niveau de satisfaction ; d'en analyser les résultats afin de déterminer si les animations, démonstrations et autres concours offerts correspondent véritablement aux attentes, et voir quels sont les « manques » et « idées » qui amélioreraient le concept des Playstation Air Games et permettraient d'augmenter l'affluence.

II- Méthodologie

La population étudiée est constituée dans sa totalité du public présent lors des différentes animations proposées par les Playstation Air Games. Il s'agit tout d'abord des vacanciers de Pra Loup les 6 et 7 Février 2005, puis de ceux présents à Montgenèvre les 9 et 10 Février.

Nous avons choisi une méthode aléatoire (ou probabiliste) pour définir l'échantillon. Le principe est le suivant : tout spectateur appartenant à la population à étudier a une probabilité connue et égale aux autres spectateurs d'être sélectionné dans l'échantillon.

Le choix d'une méthode quantitative (ad hoc)¹ semblait répondre parfaitement aux contraintes de notre étude, en offrant, en outre, une nécessaire représentativité de l'ensemble des individus présents. Il semblait donc indispensable d'interroger un maximum de personnes afin d'avoir par la suite une analyse la plus exacte, et correspondant au mieux au niveau de satisfaction des spectateurs dans leur globalité.

La population ciblée était donc interrogée (par l'intermédiaire d'un questionnaire) en bas des pistes, entre deux descentes durant toute la journée, lors des pauses pour le repas, en fin de journée de ski, bref à tous les moments où il était possible de profiter des différentes animations proposées par l'événement.

Il fut question, dans le cadre de notre analyse, de tenter de vérifier ou d'infirmer certaines hypothèses que nous étions en droit d'émettre au départ. En effet, il paraissait à priori logique qu'un jeune homme étudiant ayant entre 15 et 25 ans et pratiquant un sport de glisse, se sente plus concerné par ce type d'animation sportive, qu'une femme retraitée et non pratiquante.

Plus précisément, il convenait, par exemple, d'évaluer si les hommes étaient plus satisfaits que les femmes du passage de la tournée dans leur station, si les étudiants apparaissent plus concernés par le spectacle et l'ambiance que les cadres supérieurs ou que les retraités, ou encore si les 15 – 25 ans étaient plus satisfaits de l'animation proposée par les sponsors que les plus de 40 ans.

III- Principaux résultats

Nous avons pu interroger 135 individus composés pour une moitié d'homme, et pour l'autre moitié de femme ; pour une moitié de vacanciers de Pra Loup, et pour l'autre moitié de vacanciers de Montgenèvre.

➤ Nous avons croisé des éléments tels que le sentiment suscité par l'ambiance, le spectacle, la présence et le rôle des sponsors, ainsi que la volonté d'assister de nouveau à la tournée à des variables propres à la nature même des spectateurs (le sexe, l'âge, la catégorie socioprofessionnelle). Cette méthode nous a permis de dégager des grandes tendances en matière de satisfaction :

- Variable *Sexe* : d'une manière générale, malgré certaines divergences entre les sexes, publics masculin et féminin semblent satisfaits des Playstation Air Games. L'ambiance, et la présence des sponsors semblent, cependant, être à l'origine des quelques mécontentements principalement constatés chez les hommes.

¹ Etude ad-hoc : il s'agit d'une étude réalisée pour un seul commanditaire, qui traite d'un seul sujet et qui se déroule pendant une période déterminée. Les études ad-hoc peuvent être réalisées auprès du grand public (particuliers) ou auprès des sociétés. Il s'agit d'études réalisées auprès d'un grand nombre de répondants à l'aide d'un questionnaire déterminé.

- Variable *Age* : le niveau de satisfaction est d'autant plus important que le public est jeune, et même si les catégories d'âge les plus vieilles sont plus modérées (du fait de quelques désagréments provoqués par l'ambiance et la présence des sponsors), elles n'en demeurent pas moins relativement satisfaites.

- Variable *PCS* : le niveau de satisfaction des différentes catégories socioprofessionnelles s'avère relativement positif (les étudiants et les ouvriers étant les plus satisfaits). Un clivage apparaît tout de même comme non négligeable et à prendre donc en considération. Les commerçants semblent être la catégorie ayant subi le plus de désagréments quant à la présence de Playstation Air Games dans la station. Il est permis de penser que cette position est très certainement influencée par leur activité professionnelle. La tournée constitue en effet une animation qui attire les vacanciers en dehors des boutiques de souvenirs et autres spécialités locales, et c'est peut être à cause de ce constat que les commerçants (en vacance ou non) semblent être en retrait par rapport aux autres professions dans la perception (et leur niveau de satisfaction) de l'événement.

➤ Nous avons pu recueillir des informations importantes quant à la perception des spectateurs en matière de satisfaction. En effet, l'impression qu'a le public de l'ampleur d'un événement ou d'un spectacle sportif traduit souvent de la qualité qu'il lui attribue. Nous pouvons constater que le public a jugé majoritairement (50%) les Playstation Air Games comme une tournée « d'assez grande ampleur ». Ceci est un indice qui nous permet d'évaluer le niveau de satisfaction général. Sans tenter immédiatement de comprendre les raisons qui poussent les spectateurs à juger la tournée de relativement grande, il paraît, à priori, que la première image dont on se fait des Playstation Air Games soit plutôt positive.

➤ Nous avons remarqué d'une manière générale, que le public présent dans les stations du Pra Loup et de Montgenèvre se sent relativement concerné par la tournée. En effet, près de la moitié des personnes interrogées (48%) ont jugé que les Playstation Air Games s'adressaient à tout type de public. Se sentir impliqué semble être un facteur de satisfaction relativement positif.

➤ Il fut également intéressant d'identifier les défauts et les qualités qu'ont attribués les spectateurs à la tournée :

Les défauts principalement évoqués concernaient la durée des étapes (pas assez longue au goût de certains), une ambiance trop bruyante (notamment due à l'omniprésence du speaker), et le manque de compétiteurs. Quant aux qualités remarquées, il s'agit avant tout de l'ambiance, et de la qualité du spectacle.

Le niveau de satisfaction s'avère encore relativement positif, étant donné que le principal défaut constaté est le regret des vacanciers de ne pouvoir profiter plus longtemps de la présence de la tournée dans leur station.

➤ L'impression générale suscitée par la tournée apparaît comme sans équivoque. Les spectateurs ont principalement évoqué une image sympathique, l'excellente ambiance, ... La majorité du public conservera donc un bon souvenir des Playstation Air Games (seul 9% des vacanciers garderont une image négative de la tournée).

➤ Nous pouvons confirmer l'idée selon laquelle la tendance irait plutôt vers un niveau de satisfaction relativement important et positif. En effet, la part du public ne désirant pas assister de nouveau aux Playstation Air Games n'est que très dérisoire (5% du public). Il ne s'agit ici que d'une infime partie des spectateurs qui se déclare peu ou pas satisfait par la

présence de la tournée dans leur lieu de vacances. Cette catégorie bien que peu importante, n'est en aucun cas à négliger, d'autant plus que certaines critiques peuvent être intéressantes et constructives dans une perspective d'amélioration des éditions futures.

En outre, 95% du public apparaît comme plutôt désireux de profiter des animations proposées par la tournée lors des prochaines années. Cette très large majorité des spectateurs affichant une réelle satisfaction peut se décomposer en deux catégories : ceux qui ne sont pas opposés à l'idée d'assister de nouveau à l'événement (41%), et ceux souhaitant vivement revivre ce qu'ils pourraient qualifier de « très bonne expérience » (54%).

IV- Recommandations

Il convenait une fois notre étude achevée d'effectuer certaines propositions pour, d'une part, faire face aux sources de désagréments rencontrées par le public (en prenant en considération les attentes affirmées par certains), et d'autre part, renforcer les points ayant suscités de la satisfaction chez les spectateurs.

Voici quelques unes de nos propositions :

- Allonger la durée des étapes afin de faire face au défaut principalement énoncé par le public : « trop court ». Pour ce faire, il conviendrait de réaliser une étude auprès des spectateurs lors de la prochaine édition afin de connaître les stations/étapes pour lesquelles la tournée mériterait de rester un jour supplémentaire (trois jours).

- Limiter le phénomène d'excès de bruit, et notamment l'omniprésence des interventions du speaker. Il s'agirait d'établir quelques périodes de calme (comme celle du midi) durant les moments dépourvus d'animations, avec une simple musique d'ambiance et pas ou peu d'annonces micro.

- Augmenter le nombre de compétiteurs participants aux démonstrations (les pro-riders) et surtout les différents concours (les riders amateurs). Il serait question de réaliser un partenariat avec une seconde équipe professionnelle (pro team), ainsi que de dynamiser les inscriptions aux contests (concours) Freestyle, notamment en communiquant d'avantage sur la possibilité de gagner un contrat professionnel pour le meilleur des amateurs.

- Renforcer l'ambiance festive et « sympathique » des Playstation Air Games. Il s'agirait, par exemple, de donner un rôle plus important à la présence des sponsors afin d'améliorer l'ambiance de fête (grâce aux hôtesse Playstation, SFR,...), et atténuer la perception des objectifs proprement commerciaux.

- Renforcer l'aspect spectaculaire des démonstrations, des shows. Pour ce faire, il conviendrait d'insister sur l'aspect technique des différentes démonstrations afin de faire prendre conscience des difficultés à réaliser certains gestes (moins d'annonce micro en faveur des partenaires, et plus de commentaires techniques sur les démonstrations).

Cette étude ne prétend pas apporter la solution idéale aux quelques points de mécontentement constatés chez certains spectateurs lors des deux premières étapes de cette édition 2005 des Playstation Air Games (Pra Loup et de Montgenèvre). Cependant, elle possède un double avantage : tout d'abord, celui d'avoir permis une première analyse de

satisfaction auprès des vacanciers présents lors de la tournée (ce qui n'a jamais été effectué auparavant), ensuite, celui d'avoir décelé les « petits manques » ainsi que de possibles voies d'amélioration sur lesquelles les organisateurs pourront s'appuyer lors des prochaines éditions.

Références bibliographiques

- DESBORDES M., FALGOUX J., *Organiser un événement sportif*, Editions d'Organisation, 2003
- HERMEL L., *Mesurer la satisfaction des clients*, Edition AFNOR, 2001
- NETTER O. et HILL N., *Satisfaction client : de la conquête à la fidélisation*, Edition ESKA, 2000
- RAY D., *Mesurer et développer la satisfaction clients*, Editions d'Organisation, 2001