

Zeitschrift: Mobile : la revue d'éducation physique et de sport
Band: 9 (2007)
Heft: 6

Artikel: Dépister l'abandon
Autor: Donzel, Raphael
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-995518>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 13.10.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



Dépister l'abandon

Bilan // Les résultats de la première étude sur l'abandon dans les centres de fitness en Suisse sont connus. Auteur de cette recherche, Mattia Piffaretti propose quelques pistes au personnel pour renforcer la fidélité de leurs clients.

Raphael Donzel



► Un pratiquant sur deux ne renouvelle pas son abonnement de fitness après six mois d'inscription. Telle est la conclusion des études internationales menées à ce jour. Dans notre société de plus en plus marquée du sceau de la sédentarité, les centres de fitness feraient ainsi preuve d'une efficacité modérée dans la promotion d'une activité physique à long terme. En Suisse, ce taux d'abandon n'était pas connu jusqu'il y a peu. La faute à l'absence de toute recherche sur le territoire helvétique. Docteur en psychologie et psychologue du sport, Mattia Piffaretti a remédié à cette lacune en publiant cette année les résultats de ses investigations. Surprises en vue!

Cinq centres de fitness, issus d'une même chaîne, ont été retenus. Présents en Suisse alémanique et en Romandie, situés essentiellement dans des agglomérations, ils accueillent une clientèle hétéroclite. «Cela va du sportif qui parfait sa forme, à la femme au foyer qui suit un cours d'aérobic et profite de l'espace wellness, commente Mattia Piffaretti. Nous nous trouvons dans un fitness généraliste, dont la philosophie est celle du bien-être et de la diversité.» Réfléchie, cette sélection comporte néanmoins une part d'arbitraire. «Je peux m'imaginer que des critères comme l'accessibilité de la structure, la diversité de l'offre ou encore la dualité ville-campagne puissent avoir une incidence sur le taux d'abandon. Ce sont des hypothèses à vérifier.»

►► Selon cette étude, 71 % des gens qui cessent leur activité physique dans un centre de fitness la poursuivent dans un autre cadre. ◀◀

Une étude, trois étapes

Trois étapes ont été nécessaires pour réaliser cette étude:

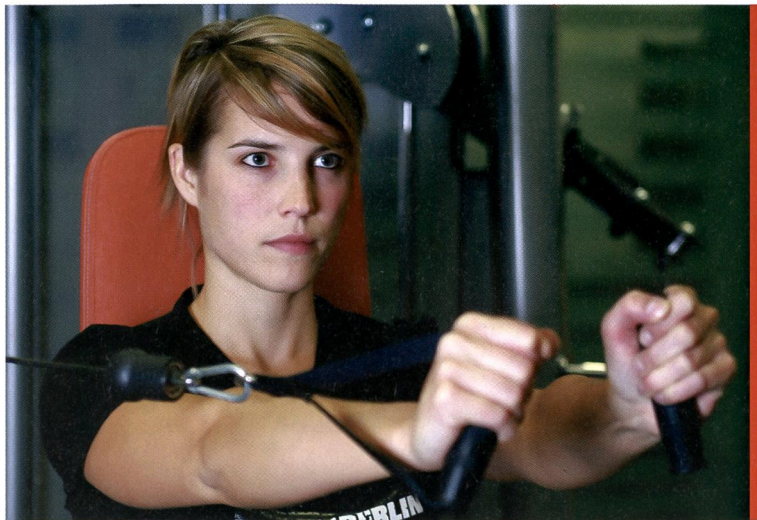
- recueillir des informations sur les nouveaux clients (voir encadré, page 22);
- mesurer le taux d'abandon après trois, six et douze mois;
- définir les différents types d'abandon et établir des relations potentielles entre les caractéristiques des clients et la décision d'abandon ou de poursuite (voir encadré, page 22).

Verdict en poche, Mattia Piffaretti est le premier surpris. A plus d'un titre: «Le taux d'abandon après six mois est bien inférieur à celui des études internationales.» Il ne s'élève qu'à 25,4 % (21,2 % pour les hommes et 30,7 % pour les femmes). «Je n'ai pas d'explication scientifique à faire valoir, tout au plus des hypothèses à émettre. La vocation généraliste de ces centres, un travail de qualité avec les clients sont des pistes parmi d'autres.» Le chercheur suspecte à vrai dire un autre coupable. Contrairement aux statistiques mondiales, dont la courbe des abandons s'aplatit entre six et douze mois, le taux du panel suisse chute encore d'une dizaine de points pendant cet intervalle. Dans la ligne de mire de Mattia Piffaretti: la continuation passive, un concept qu'il a développé. «Il existe une catégorie de clients qui se rendent au fitness par obligation, par loyauté ou tout simplement parce qu'ils ont payé leur abonnement. Ils ne sont pas animés par de vraies motivations personnelles. A mes yeux, la continuation passive constitue déjà une forme d'abandon.»

Quatre types de désengagement

C'est la seconde découverte faite par Mattia Piffaretti. L'abandon dans les centres de fitness est pluriel. Il existe non pas une, mais plusieurs modalités de désengagement que le scientifique lausannois a regroupé en quatre types: les abandons saisonniers, les abandons forcés, les abandons pour des raisons de santé et la continuation passive, dernier stade d'activité avant l'abandon. Leur identification est primordiale pour les responsables et le personnel des établissements concernés. A chaque type correspondent des solutions préventives pour mieux fidéliser les clients.

L'étude le démontre: une grande proportion des abandons sont saisonniers. «Nombreux délaissent les centres à l'arrivée des beaux



» Dans les centres de fitness comme dans le sport, l'abandon touche plus particulièrement les filles. «

jours, constate Mattia Piffaretti. Il n'est pas rare qu'ils s'abonnent à nouveau en automne.» Une offre variée en termes d'installations et de programmes serait un moyen de rétention estival. Les abandons forcés sont dus à un manque de temps ou la perception d'un manque de temps. Pour cette classe de clients, proposer un entraînement personnalisé faisable à domicile ou sur le lieu de travail est une alternative intéressante. Les motifs d'abandon liés à la santé sont de nature double: physique et psychique. «Dans les deux cas, une formation ad hoc du personnel lui permettrait d'être mieux à l'écoute des besoins de chacun.» Enfin, la continuation passive apparaît lorsque le client a l'impression d'être laissé pour compte, de n'être qu'un maillon économique. Là aussi, une relation staff-client plus engagée et authentique permettrait à ce dernier de se percevoir plus actif dans son programme.

Décelés suffisamment tôt, les symptômes de l'abandon peuvent être traités par un personnel sensibilisé à cette problématique. Du moins partiellement. «Il faut accepter que le client ait le choix d'abandonner, insiste Mattia Piffaretti. Il n'est pas possible de compresser ce taux au-delà d'un certain seuil.» Actuellement, une personne sur quatre résilie son abonnement après six mois en Suisse. Selon cette même étude, 71% des gens qui cessent leur activité physique dans un centre de fitness la poursuivent dans un autre cadre. En définitive, seuls sept clients sur cent se sédentarisent. //

Femmes et jeunes moins fidèles

► Cent cinquante-six personnes – 67 hommes, 89 femmes – ont accepté de remplir le questionnaire de Mattia Piffaretti au moment de leur inscription à un des cinq centres de fitness de l'étude. L'enquête les invitait à s'exprimer sur plusieurs aspects: leurs habitudes sportives antérieures, leur attitude par rapport à l'exercice, les raisons de leur inscription dans un centre, leurs objectifs, l'évaluation de leur forme physique actuelle et les obstacles possibles à la pratique du fitness dans le futur.

A la lumière de leurs réponses, les clients ont été divisés en cinq groupes. Rapide tour d'horizon: 47% d'entre eux pratiquent l'exercice physique depuis plus de six mois; 8% font du sport régulièrement depuis moins de six mois; 25% ont une activité physique inconstante et irrégulière; 18% ont conscience du bien-fondé de l'exercice, mais n'en font que pour des raisons de force majeure; 3% ne sont pas intéressés par ces activités, mais doivent aussi en faire pour des raisons de force majeure.

Profils à risque

Bien que la petitesse de l'échantillon ne puisse confirmer statistiquement cette allégation, le risque d'abandon est plus élevé parmi les clients appartenant aux deux derniers profils. Deux

autres observations ont été faites par Mattia Piffaretti. Premièrement, les femmes sont moins fidèles que les hommes. «Elles sont nombreuses à n'avoir plus pratiqué d'activité physique depuis six mois, voire depuis la fin de la scolarisation obligatoire. Leurs objectifs sont aussi moins quantifiables, moins contrôlables que ceux de leurs homologues masculins. L'amélioration de leur apparence physique figure souvent en haut de leur liste. Les messieurs souhaitent, eux, améliorer leur force physique ou augmenter leur masse musculaire.»

Deuxième constatation: les jeunes abandonnent plus souvent que les adultes après six mois. «Jusqu'à 25 ans, la mobilité et le dynamisme, mais aussi l'instabilité, sont plus marqués. Ce phénomène du zapping s'observe aussi dans la pratique sportive. On y relève deux pics d'abandon: entre 14 et 15 ans, puis 19 et 20 ans. Dans les centres de fitness comme dans le sport, l'abandon touche plus particulièrement les filles.» //

► Contact: mattia.piffaretti@citycable.ch
www.actsport.ch

30 minutes, c'est tout!

«Curves» // Quelque 11 000 centres de remise en forme aux quatre coins de la planète, plus de 4 millions de clientes réparties dans 58 pays. En Suisse, la première franchise de la marque américaine a ouvert ses portes en septembre à Genève. Sion et Zurich sont sur la liste d'attente.

► Le concept est simple: tout est entièrement conçu pour les femmes, des machines aux exercices, encadrement y compris. Autre particularité du modèle «Curves», aucun horaire n'a cours. Les femmes entrent dans le programme à leur guise et en sortent au bout de trente minutes. «C'est la durée idéale selon des études médicales, explique Jean-Pierre Balestra, propriétaire du centre genevois. Répété trois fois par semaine, ce temps est suffisant pour faire travailler chaque groupe de muscle.» Sous le regard d'une monitrice, présente en permanence.

Chez «Curves», point de cours annexes, ni d'espace détente. «La multiplicité de l'offre est un facteur d'abandon», estime Jean-Pierre Balestra. Les chiffres tendraient à lui donner raison. «Depuis le lancement de la marque en 1992, nous enregistrons un taux d'abandon global de 5%.»

Pensé initialement à l'attention des femmes actives, le concept «Curves» attire une large clientèle. «La plus jeune des membres à travers le monde a 13 ans, la plus âgée a 105 ans», relève Jean-Pierre Balestra. Toutes ont pour dénominateur commun la nature de leur objectif. «Perte de poids et maintien de la silhouette sont les buts de santé fixés par nos membres». Un mois après son ouverture, le centre genevois comptait déjà 140 adhérents. //

► Plus d'informations: french.curves.com

Le point

A l'abri des regards

► Chantal Biedermann est responsable du Physical Ladies' Fitness, à Bienne. Fondé en 1989, ce centre ouvre exclusivement ses portes à la gent féminine. Seuls trois messieurs y ont patte blanche: les deux patrons et un moniteur.

«mobile»: pourquoi un centre de fitness uniquement réservé aux femmes? Chantal Biedermann: nous comptons actuellement 300 clientes. Nombre d'entre elles ont quitté un centre de fitness mixte parce qu'elles n'apprécient pas ou craignent le regard des hommes. Chez nous, elles ressentent moins de gêne à montrer leur corps. Elles se sentent en famille.

Quel type de clientèle fréquente votre centre? L'âge de nos membres varie entre 15 et 65 ans. Leurs objectifs sont souvent identiques à ceux des clientes des centres mixtes: perdre du poids, se sentir mieux dans leur corps. D'aucunes avouent aussi s'inscrire dans notre club pour ne pas être seule.

Dans quelle proportion êtes-vous confrontée au problème de l'abandon? Depuis le début de l'année, le taux d'abandon pour les abonnements de six mois s'élève à 50%, celui des abonnements de douze mois à 44%. Le nombre important de centres de fitness à Bienne est une explication. De nombreuses femmes voyagent d'un centre à l'autre. Certaines reviennent chez nous. Elles apprécient la dimension humaine de notre club. Nos membres les plus fidèles sont incontestablement les femmes au foyer. Elles sont plus travailleuses, plus motivées que les jeunes.

Quels sont les remèdes possibles à ces défections? Ils sont multiples. Notre offre en cours est attrayante, il manque en revanche un coin wellness. Un effort devrait être fait dans cette direction. Pendant la période estivale, peu propice à la pratique du fitness en salle, proposer des activités telles que du nordic walking pourrait être une solution. Enfin, il faut constamment garder à l'esprit la nature sociale de notre rôle: nous devons être à l'écoute de tous nos membres. //

► Contact: info@lady-fitness.ch
www.lady-fitness.ch