



C. THEUNISSEN



N. DANSE



M. CLOES

Introduction et littérature

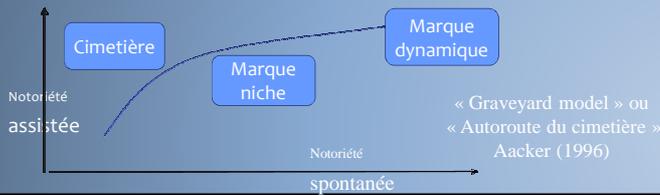
- Exploits sportifs → fierté d'un pays ← médias
- Disparité des définitions du « haut niveau »



Haut niveau



- Brièveté de la carrière des sportifs de haut niveau : ±15 ans (Drawer & Fuller, 2002 ; Afterman *et al.*, 2004)
 - atteindre le plus haut niveau et une notoriété élevée
 - penser très tôt à la reconversion
- La notoriété influence la relation entraîneur-sportif et caractérise le contexte de pratique (Cloes & Roy, 2010)
- Parallélisme avec le milieu du marketing (Lewi & Lacoœulhe, 2012)
 - Top of mind (1^{ère} personnalité citée spontanément)
 - Notoriété spontanée (personnalités citées spontanément)
 - Notoriété assistée (reconnaissance parmi une liste)
- Les sponsors recherchent des personnalités à notoriété élevée (Aacker, 1996)



Objectif de l'étude

- Analyser la notoriété des sportifs belges francophones et l'image qu'ils reflètent au sein de la population.

Méthodologie

- Population : méthode des quotas (âge, sexe, province) pourcentage de confiance à 95% → 400 sujets
- Questionnaire
 - validé par 2 spécialistes en marketing
 - pré-test sur 30 sujets
- Citez 3 sportifs belges francophones connus ? Sports associés ?
- Quels sportifs connaissez-vous parmi cette liste de 17 sportifs ? Sports associés ?
- Images ? Sponsors ?
- Quel est votre sportif préféré ?

Adrien Deghelt	Athlétisme (110m haies)	JO 2012
Philippe Gilbert	Cyclisme	JO 2012
Axel Hervelle	Basket-ball	Equipe nationale
Charline Van Snick	Judo	JO 2012
Maud Couterreels	Football	Equipe nationale
Axel Witsel	Football	Equipe nationale
Michèle George	Equitation handisport	JO 2012
François Heersbrandt	Natation	JO 2012
Lionel Cox	Tir	JO 2012
Olivier Rochus	Tennis	JO 2012
Guillaume Gillet	Football	Equipe nationale
Florentina Carcadi	Handball	Equipe nationale
Christophe Debatty	Rugby	Equipe nationale
Jean-Michel Saive	Tennis de table	JO 2012
Anne Zagré	Athlétisme 100-110 haies-relais	JO 2012
Kevin Borlée	Athlétisme (4X400-400)	JO 2012
Jill Boon	Hockey	JO 2012 + Eq. nat.

- Analyse quantitative via Statistica (tables de fréquences, tableaux et tris croisés, Chi²)
- Analyse qualitative (questions ouvertes)

Résultats et discussion

- Notoriété « Top of mind » (cité en 1^{er})



Résultats sportifs brillants saison 2012-2013, discipline proche du public (cyclisme), longévité carrière (Saive >40ans), présence régulière dans les médias.

- Notoriété spontanée (3 sportifs)



Association des frères Borlée lors des citations

- Notoriété assistée (sportifs de la liste)



1^{ère} fille en 7^{ème} position : médaillée de bronze aux JO de Londres

- Sportif préféré

1^{er} : P. Gilbert (36%) ; 2^{ème} : D. Goffin (9,5%) ; 3^{ème} : JM. Saive (9%)

→ Sports individuels !

Sports collectifs : Vincent Kompany (4^{ème} - 8,9%), Axel Witsel et Eden Hazard (6^{èmes} - 5%)

→ Reconnaissance équipe plutôt que sportif ?

- Sexe

- P. Gilbert davantage cité par les hommes (p=0,00037)

- D. Goffin davantage cité par les femmes (p=0,00125)

- Age

- P. Gilbert davantage cité par les >60ans

- JM. Saive davantage cité par les 45-60 ans (p=0,0439)

- Images : traits de personnalité, qualités mentales, aspects morphologiques, résultats,...
- Importance de l'image véhiculée !!!

Ex. : P. Gilbert - cycliste sympathique, combatif, fonceur, qui travaille pour rester au top niveau, probablement aidé par le dopage,...

- Sponsors : équipementiers (32 %) ; entreprises privées (19%),...

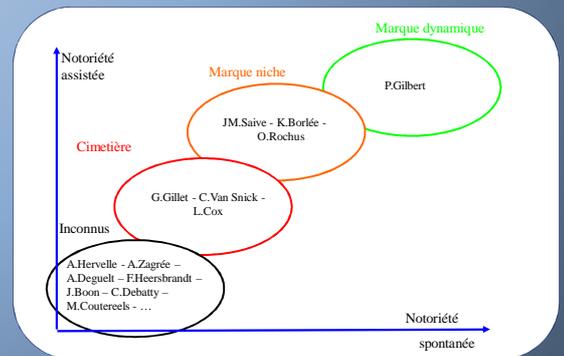
Ex. : K. Borlée (n=103) -



→ Logique d'échange du sponsoring (Tribou, 2002)

Au moment de l'enquête, P. Gilbert est le top en terme de **marque dynamique** et intéressant pour les sponsors (modification avec Coupe du Monde de football)

Les sportifs dans le **cimetière** (Gillet, Van Snick, Cox,...) sont connus mais pas spontanément.



- Les athlètes à notoriété spontanée proche de « 0 » et avec une notoriété assistée faible sont inconnus du grand public et représentent la majorité de nos sportifs → travail marketing pour les faire connaître, apporter des sponsors afin de favoriser leur développement.

Conclusions et perspectives

- Image de la notoriété des sportifs belges francophones à un moment donné.
- La plupart sont quasi inconnus aux yeux de la population → booster leur notoriété (actions de marketing).
- P. Gilbert, K. Borlée, JM. Saive et O. Rochus sortent du lot grâce à une notoriété assistée élevée et une notoriété spontanée dans le top 10 → avenir favorable.
- Rôle à jouer des fédérations sportives dans l'éducation des sportifs et la sensibilisation à une image positive → création de modules de formation et de séminaires.
- Développement d'un outil de sondage trimestriel sur Internet avec synthèse et publication des résultats vers les entreprises.



C.THEUNISSEN



N.DANSE



M.CLOES

Références

- Aaker, D.A. (1966). *Building Strong Brands*. Free Press
- Alfermann, D., Stambulova, N., & Zemaityte, A. (2004). *Reactions to sport career termination: a cross-national comparison of German, Lithuanian, and Russian athletes*. *Psychology of sport and exercise*, 5(1), 61-75.
- Cloes, M. & Roy, M. (2010). *Le cheminement de l'approche écologique : du paradigme processus-produit au modèle heuristique du processus enseignement-apprentissage*. In Musart, M., Loquet, M. & Carlier, G. (Eds). *Sciences de l'intervention en EPS et en sport : résultats de recherches et fondements théoriques*.
- Drawer, S., & Fuller, C. W. (2002). *Perceptions of retired professional soccer players about the provision of support services before and after retirement*. *British journal of sports medicine*, 36(1), 33-38.
- Filaire, E., Rouveix, M., Bouget, M., & Pannafieux, C. (2007). *Prévalence des troubles du comportement alimentaire chez le sportif*. *Science & sports*, 22(3), 135-142.
- Kadlcik, J., & Flemr, L. (2008). *Athletic Career Termination Model in the Czech Republic A Qualitative Exploration*. *International Review for the Sociology of Sport*, 43(3), 251-269.
- Lewi, G. & Lacoeylthe, J. (2012). *Branding management. La marque, de l'idée à l'action*. Pearson Education, 3^{ème} édition.
- North, J. & Lavallée, D. (2004). *An investigation of potential users of career transition services in the United Kingdom*. *Psychology of sport and Exercise*, 5(1), 77-84.
- Olivier, N., Quintin, G., & Rogez, J. (2008). *Le complexe articulaire de l'épaule du nageur de haut niveau*. In *Annales de réadaptation et de médecine physique* (Vol. 51, No. 5, pp. 342-347). Elsevier Masson.
- Tribou, G (2005). *Sponsoring : le retour symbolique sur investissement*. In Bouchet, P., & Sobry, C. (Eds.), *Management et marketing du sport: du local au global* (Vol. 932 pp47-54). Villeneuve d'Ascq, Nord/ Pas de Calais, France : Presses Univ. Septentrion.
- Uzunca, K., Birtane, M., Durmus-Altun, G., & Ustun, F. (2005). *High bone mineral density in loaded skeletal regions of former professional football (soccer) players: what is the effect of time after active career?* *British journal of sports medicine*, 39(3), 154-157.
- Young, J. A., Pearce, A. J., Kane, R., & Pain, M. (2006). *Leaving the professional tennis circuit: exploratory study of experiences and reactions from elite female athletes*. *British journal of sports medicine*, 40(5), 477-483.