

## Compte-Rendu -Atelier Congrès 2023

### En chemin vers les 500 000 adhérents en 2028 : Une ambition à la hauteur de notre fédération !

Animateurs: Madeleine Lebranchu, Jean-Emmanuel Tessier, Cécile Legrand

#### Présentation de quelques éléments de contexte:

1. La randonnée : Sport numéro 1 des Français ! **Le sport préféré des Français** est la randonnée pédestre, avant le vélo, l'athlétisme et le ski. Au cours de l'année 2021, ce sont **27 millions de Français** qui ont pratiqué la randonnée ou la marche de loisir soit 9 millions de plus que lors de la dernière enquête de ce type datant de 2014. **49%** des randonneurs ont entre **25 et 49 ans**. **46 ans est l'âge moyen** des randonneurs. **Le bien-être, la nature et la santé** sont les principales motivations des pratiquants
2. **La fédération acquiert une notoriété de plus en plus grandissante.**

Nous touchons **un public large** :

- a. Les détenteurs de titres FFRandonnée : 227 000 licenciés / 1 930 pass découverte / Randopass / Cartes baliseurs
- b. Les utilisateurs de nos produits et services : clients ou utilisateurs de nos supports *Prints* de la FFRandonnée : Passion Rando Mag, Les Topoguides®, le site [www.ffrandonnee.fr](http://www.ffrandonnee.fr), [www.mongr.fr](http://www.mongr.fr), des milliers d'abonnés sur les réseaux sociaux, des utilisateurs de l'application maRando.
- c. Des Français qui nous connaissent : 69 % des Français (contre 50 % en 2014) - qu'ils soient pratiquants ou non - déclarent connaître les GR®, itinéraires de Grande Randonnée et emblèmes historiques de la FFRandonnée, symbolisés sur le terrain par les marques de balisage blanc et rouge.

Ce développement de la pratique et ce gain de notoriété se traduit stratégiquement par  
l'objectif « 500 000 adhérents en 2028 »

#### Rappel des objectifs de la mission 500 000 adhérents en 2028 :

- Identifier et de mesurer le **rayonnement** de notre fédération,
- Véhiculer **nos valeurs, nos engagements, nos actions** auprès des milliers de pratiquants
- Traduire concrètement nos **ambitions** auprès de différentes cibles (licenciés, pratiquants, donateurs, collectivités, etc.),
- Consolider nos liens** avec ces publics au travers d'actions concrètes.

*ambitions*  
*consolider* *valeurs* *cibles*  
**rayonnement**  
**mesurer**  
*toucher* *engagements*  
*liens*  
**actions**

**Fédération Française de la Randonnée Pédestre** 64 rue du Dessous des Berges 75013 Paris  
Tél. 01 44 89 93 90 -  [ffrandonnee](https://www.facebook.com/ffrandonnee) -  [ffrandonnee](https://twitter.com/ffrandonnee) - **CENTRE D'INFORMATION** : tél. 01 44 89 93 93

Association reconnue d'utilité publique, agréée et délégataire du Ministère chargé des Sports pour la Randonnée Pédestre et le Longe-Côte  
Membre du Comité National Olympique et Sportif Français et de la Fédération Européenne de la Randonnée Pédestre  
Association de tourisme immatriculée n° IM 075100382 - Code APE 9319 Z - SIRET 303 588 164 00051

## SEQUENCE 1: Dessiner les contours de la thématique pour identifier les cibles à viser.

QUESAKO? Que veut dire le terme "ADHERENTS" – ce terme est-il approprié?

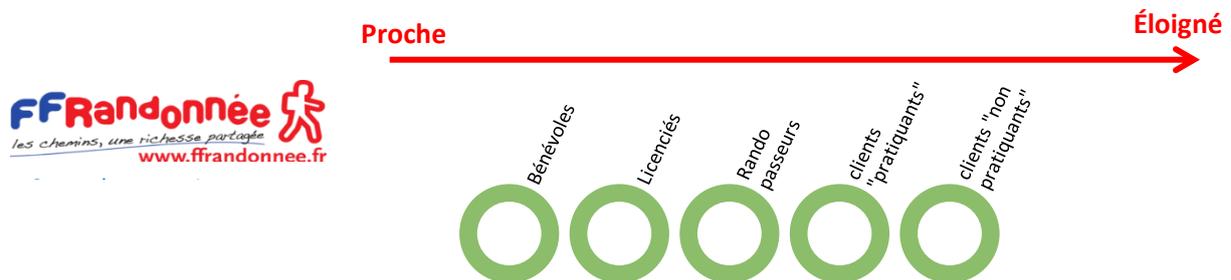
**JEU du Qui est-ce? Qui touchons nous? A quel « marché » nous adressons-nous ?**

L'atelier s'est attaché à placer les participants dans différents profils :

Hommes, Femmes, Jeunes, Séniors, actifs, à la retraite ...  
 Licenciés, baliseurs, rando passeurs, clients, utilisateurs des produits et services de la fédération, abonnés, utilisateurs de nos réseaux sociaux, simples pratiquants, famille en recherche d'activités, itinérants, engagés pour la nature, enseignants en recherche d'activité pour la classe verte, français lambda préoccupés par des sujets tournant autour de la randonnée, clients de guide de rando, sympathisants soucieux de l'environnement, bénévoles etc...



Nous avons matérialisé dans la salle les différents profils et leur « proximité » avec la FFRandonnée.



En se positionnant plus ou moins loin de la FFRandonnée en fonction des profils, on pouvait constater que tous ont un lien direct ou indirect avec les produits et services de la Fédération. Certains sont donc très proches (licenciés), d'autres moyennement proches (abonnés de l'appli MaRando, clients de topoguides, ...) et enfin d'autres en sont éloignés (pratiquants ne connaissant pas la Fédération ...).

Chacun a pu confronter sa vision de la fédération et de nos ambitions à travers l'ensemble de ces profils qui représentaient les types de cible que la fédération touche.

La conclusion de ce temps de « jeu » est de constater que ces différents profils sont toutes les cibles que nous souhaitons toucher au travers de la mission : 500 000 « adhérents » en 2028.

Mais alors si le terme « adhérents » regroupe toutes ces personnes il semble pour la majorité des participants non adaptés !

**Fédération Française de la Randonnée Pédestre** 64 rue du Dessous des Berges 75013 Paris  
 Tél. 01 44 89 93 90 - [f](https://www.facebook.com/ffrandonnee) ffrandonnee - [t](https://www.twitter.com/ffrandonnee) ffrandonnee - **CENTRE D'INFORMATION** : tél. 01 44 89 93 93

Association reconnue d'utilité publique, agréée et délégataire du Ministère chargé des Sports pour la Randonnée Pédestre et le Longe-Côte  
 Membre du Comité National Olympique et Sportif Français et de la Fédération Européenne de la Randonnée Pédestre  
 Association de tourisme immatriculée n° IM 075100382 - Code APE 9319 Z - SIRET 303 588 164 00051

### Citation de participants :

« Dans notre objectif 500K adhérents : Nous touchons les adhérents "licenciés et autres titres de participation" au sein de notre Fédération. Mais on s'adresse tant aux marcheurs y compris non licenciés qu'aux citoyens! »

« Nous avons des pratiquants qui cherchent à créer leur aventure. Qui ont conscience de notre impact sur la nature. Pédagogie, Reconnexion à la nature ».

« Soyons tous ensemble acteur de cet enjeu mondial de la protection de l'environnement, du climat, des mobilités actives, du bien-être, du sport... »

« Comment amenez chacun à être dans le postulat suivant : « Je suis un acteur au quotidien de cet engagement collectif »

« Comment permettre à toutes ces personnes d'avoir un lien avec la Fédération pour les appeler « adhérents » ou même « sympathisants », « engagé » etc...

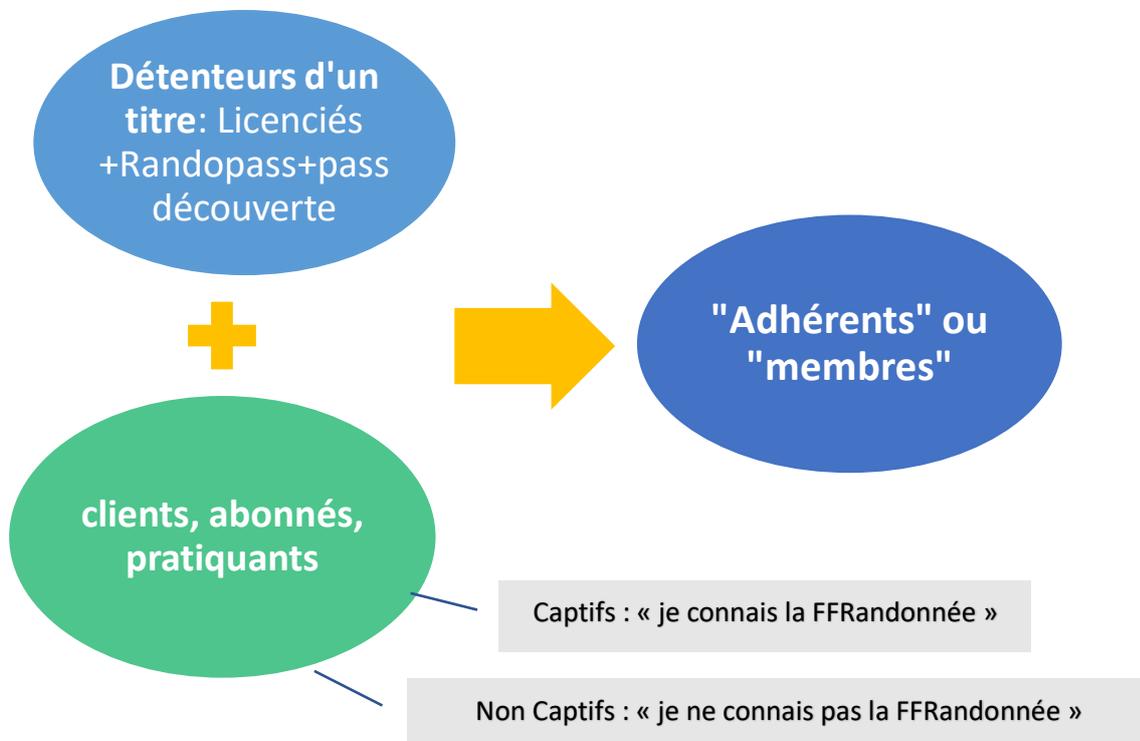
### Des termes sont ressortis :

Randonnée tourisme, culture, Rando fit, rando verte, plaisir, découverte, convivialité, fitness, activité de compétition, itinérance.

Impact de la randonnée sur l'état de santé, préservation de l'environnement, utilisateurs de nos itinéraires, clients de nos topoguides, nature, bien-être, ...

Nos itinéraires méritent d'être vus, découverts, aimés et protégés.

**Conclusion de ce mini jeu : le terme « adhérents » n'est pas adapté mais on peut dire qu'il regroupe les cibles suivantes :**



**Fédération Française de la Randonnée Pédestre** 64 rue du Dessous des Berges 75013 Paris  
Tél. 01 44 89 93 90 - [f ffrandonnee](https://www.facebook.com/ffrandonnee) - [t ffrandonnee](https://www.twitter.com/ffrandonnee) - **CENTRE D'INFORMATION** : tél. 01 44 89 93 93

Association reconnue d'utilité publique, agréée et délégataire du Ministère chargé des Sports pour la Randonnée Pédestre et le Longe-Côte  
Membre du Comité National Olympique et Sportif Français et de la Fédération Européenne de la Randonnée Pédestre  
Association de tourisme immatriculée n° IM 075100382 - Code APE 9319 Z - SIRET 303 588 164 00051

## Séquence 2 : Identifier les pistes d'actions pour chacune des cibles identifiées (en dehors de nos détenteurs de titres à savoir : clients, abonnés, pratiquants)

### Objectifs à travers les différentes actions :

- > rendre les non captifs captifs
- > rendre les captifs membres

### Pistes d'actions :

- Clients : pour que les clients deviennent membres, ils doivent donner leurs coordonnées et avoir un lien avec la fédération quelque soit l'échelle (national, régional, départemental)

Dans les topoguides, proposer des traces GPX avec obligation de s'identifier (objectif : connaître les clients des topoguides)
Acheteur de topoguide en librairie, inciter à s'inscrire sur le site de la fédération pour avoir plus d'infos (les identifier)
Proposer un randopass à l'achat d'un topoguide (offre tarifaire...)
Pour les clients dans la boutique FFRando, proposer une séance d'essai dans un club près de chez lui ou une invitation à un évènement.
Dans le PRM, QR Code sur une rando avec obligation de s'identifier pour avoir accès.
Transmettre aux comités les coordonnées des acheteurs/clients pour action de prospection.
Proposition de devenir clients sur les programmes des séjours et voyages
Inciter à laisser des commentaires (via ma rando ou topo) à destination des comités ou territoires de la rando (avec obligation de donner son mail)
Jeu concours à nos clients type pour « mieux connaître » la fédération et offrir des lots
Abonnement à une newsletter (pour les clients/donateurs etc.)
Envoyer aux clients « nationaux » la newsletter des comités départementaux correspondants à son adresse
Proposition aux client GR un programme de formation du type réussir sa rando
Proposer une BOX voyage/circuit rando incluant Pass + hébergement validée par la FFRandonnée

**Fédération Française de la Randonnée Pédestre** 64 rue du Dessous des Berges 75013 Paris  
Tél. 01 44 89 93 90 -  ffrandonnee -  ffrandonnee - **CENTRE D'INFORMATION** : tél. 01 44 89 93 93

Association reconnue d'utilité publique, agréée et délégataire du Ministère chargé des Sports pour la Randonnée Pédestre et le Longe-Côte  
Membre du Comité National Olympique et Sportif Français et de la Fédération Européenne de la Randonnée Pédestre  
Association de tourisme immatriculée n° IM 075100382 - Code APE 9319 Z - SIRET 303 588 164 00051

Création d'un club « clients ou membres » (avec notion de fidélité avec des challenges, conseils, tests produits, avis des autres, participer à un sondage, boutique, voyage, etc...)
Création d'une carte de fidélité (avec cumul de points et cadeaux 1€ = 1 point : à 26 points je deviens membre)
Création d'une carte donateurs (participation aux choix des projets financés, invitation à des éductour pour les plus gros donateurs)
Création d'un nouveau titre gratuit la 1 <sup>ère</sup> année (randopass ?)
Invitation à des évènements grand public / Extraction fichiers de nouveaux membres aux comités (invitations évènements) (avec tarifs licenciés) par les comités départementaux et régionaux
Parrainage (avantages parrain, points de fidélité, avantages parrainés (PRM numérique, points de fidélité...))
Inciter les clients à devenir pratiquants captifs via le compteur de ma Rando qui compte les parcours effectués et le nbre de km. Il faut se connecter et donner ses coordonnées à la Fédération pour participer.
Proposer de devenir membres en laissant ses coordonnées et bénéficier de tarifs préférentiels, ma rando etc. Remise boutique avec avantages, partenaires...

Abonnés : permettre à nos cibles de devenir abonnés puis membres. Pour cela, ils doivent se rapprocher de la fédération et donner leurs coordonnées afin d'avoir un lien avec la fédération

Esprit rando : abonnement DONS mensuel, trimestriel
Newsletters : inscription en ligne, prime aux recrutements, ciblage ++
BOX PACK Topoguides (X topos / an, topoguides numériques e-topos) > vendu en ligne mais aussi sur les salons, boutiques, comités etc.
Réseaux sociaux : travailler le contenu (image, photos, vidéos, ...) faire + de concours, travailler l'audience (influenceurs, inviter les clubs), Facebook, Instagram, Pinterest). Proposer abonnement autres services
Compagnons de route, membres associés (parrainage, gratification, prime...)
Passion Rando Mag : prévoir une version papier et numérique, y parler des nouvelles pratiques, prime au parrainage...
Ma Rando : IGN, Tribu

**Fédération Française de la Randonnée Pédestre** 64 rue du Dessous des Berges 75013 Paris  
Tél. 01 44 89 93 90 -  ffrandonnee -  ffrandonnee - **CENTRE D'INFORMATION** : tél. 01 44 89 93 93

Association reconnue d'utilité publique, agréée et délégataire du Ministère chargé des Sports pour la Randonnée Pédestre et le Longe-Côte  
Membre du Comité National Olympique et Sportif Français et de la Fédération Européenne de la Randonnée Pédestre  
Association de tourisme immatriculée n° IM 075100382 - Code APE 9319 Z - SIRET 303 588 164 00051

Quid de GR@cces

- pratiquants :

Écoles : relancer le programme « un chemin, une école », créer des Kits pour enfants (infos pour faire connaître nos activités), créer des licences « jeunes » : 1<sup>ère</sup> offerte

Clubs non affiliés : proposer des assurances groupe, infos sur les responsabilités/engagements

Incitation à nous rejoindre par la pratique (activité sportive, balisage)

Rencontres sportives ouverts aux non adhérents

Placer un QR Code dans ma rando et au départ des itinéraires des randonnées (sur la signalétique) pour télécharger le parcours + suivi des jours de rando et permettre de récupérer les coordonnées, mettre des commentaires dans ma rando...

Proposer une carte de pratique / une carte de fidélité (trop marchand ?) / une carte pratiquant GR

Proposer des formations grand public sur le balisage, signalétique, orientation etc.

Rendre le pass découverte accessible aux pratiquants via les évènements en ligne ouverts au grand public.

Transformer le pratiquant en licencié : réduction de tarif sur le randopass dans le topoguide...)

Proposer de devenir membre via l'appli ma rando

Carte cadeau à offrir pour les pratiquants pour acheter des produits en boutique

Partenariat avec des structures d'hébergement

Partenariat avec les magasins de sport

Récupérer les coordonnées des participants des randonnées grand public (concours relevé de noms/adresse/coordonnées)

Carte de fidélité > achat

Séjours et vente de pass découverte

Pour les groupes informels : rando affinitaire, créer des évènements par type de publics : jeune, défi, fiesta

Créer une communauté de randonneurs pour les GR mythiques ou emblématiques dans maRando

Location de base de données de pratiquants « itinérance » > devenez licenciés, devenez membres (intérêts et avantages)

## Poursuite des travaux dans les mois à venir :

### Pour les 3 cibles :

Lister les avantages de devenir membres de la Fédération

- Identifier les coordonnées des cibles ;
- Acceptation « vous devenez membre de la FFRandonnée »

### Autres actions à mener :

Reprendre la liste et relevé les éléments les plus intéressants.

Les classer pour non captifs, ou captifs

Les classer par ordre de priorité

Les classer par échelon territoriale

## Séquence 3: quel terme retenons-nous pour l'objectif :

