



# Le dilemme de l'assiduité au tournoi des entraîneurs juniors : Dans quelle mesure les parents sont-ils prêts à payer les entraîneurs pour assister aux matchs ?

Edward Horne

Département des sciences de la santé, de l'exercice et du sport, Université du Nouveau-Mexique, États-Unis.

## RÉSUMÉ

De nombreux entraîneurs de tennis sont payés à l'heure. Malheureusement, cette structure de rémunération peut contribuer à la faible participation des entraîneurs aux tournois. Cette étude visait à déterminer si les parents seraient prêts à payer les entraîneurs pour qu'ils assistent aux Compétitions. Les résultats montrent que les parents sont prêts à payer. Cela a des implications sur la façon dont les entraîneurs peuvent réduire le fardeau financier que représente le renoncement à un week-end d'entraînement, tout en améliorant potentiellement le développement des athlètes.

**Mots-clés :** volonté de payer, Parents, Entraîneurs, Participation aux tournois.

**Article reçu :** 20 Janvier 2021

**Article accepté :** 15 Mars 2021

**Auteur correspondant :** Edward Horne. Email: ehorne1@unm.edu

## INTRODUCTION

Un nombre considérable d'entraîneurs de tennis sont payés à l'heure. Plus ils accumulent d'heures sur le terrain, plus leur revenu augmente. Un modèle de rémunération centré sur le salaire horaire est logique dans ce contexte. La demande d'encadrement de tennis peut fluctuer. En payant les entraîneurs à l'heure, les clubs et organismes de tennis assument moins de risques. Par conséquent, les entraîneurs qui bénéficient de cette structure salariale sont incités à maximiser le temps qu'ils consacrent à l'entraînement sur le court. Bien qu'une telle forme de motivation puisse être bénéfique pour les clubs, ainsi que pour les entraîneurs qui bénéficient d'une plus grande liberté dans l'élaboration de leurs horaires de travail dans le cadre d'une structure salariale horaire, elle n'est pas sans inconvénients. Les entraîneurs sont le plus demandés en dehors des semaines de travail et d'école (c'est-à-dire le soir et le week-end). Cela peut être problématique, car ces heures coïncident souvent avec les tournois et les compétitions des juniors. Les entraîneurs doivent alors choisir entre consacrer leurs week-ends à l'entraînement sur le terrain ou assister aux tournois de leurs athlètes, pour lesquels ils sont rarement payés. Par conséquent, dans le sport du tennis, il est assez fréquent que les entraîneurs passent de longues périodes sans voir leurs athlètes en compétition, au grand mépris des parents de jeunes joueurs de tennis (Horne et al., 2020).

Dans certains cas, les entraîneurs demandent des honoraires pour leur présence aux tournois. Ces entraîneurs sont en mesure de participer sans renoncer à un week-end de revenus tout en fournissant un service précieux aux athlètes et à leurs parents. Un service qui comprend la préparation d'avant-match, l'analyse du match et le débriefing, et qui fournit aux entraîneurs des connaissances de première main pour concevoir les futures sessions d'entraînement et les



programmes. Malheureusement, cette pratique n'est pas très répandue et tend à être confinée aux programmes de haute performance et aux académies où les frais de participation des entraîneurs aux tournois sont intégrés au forfait du programme. On ne sait pas encore si de telles pratiques peuvent être reproduites en dehors des milieux de haute performance. En effet, il est plus probable que les parents, qui sont considérés comme les acheteurs des programmes sportifs pour les jeunes (Green et Chalip, 1998 ; Vealey et Chase, 2016), paient directement les entraîneurs. Par conséquent, pour déterminer si la possibilité existe pour les entraîneurs de faire payer leur participation aux tournois dans d'autres clubs et installations de tennis, une enquête plus approfondie est justifiée. En cherchant à répondre au dilemme de la participation des entraîneurs aux tournois, l'objectif de la présente étude était de déterminer la volonté des parents de payer (WTP) les entraîneurs pour assister au match de tournoi de leurs enfants.

## VOLONTÉ DE PAYER

La volonté de payer est une méthode populaire employée par les chercheurs en marketing pour mesurer le prix que les consommateurs sont prêts à payer pour un produit ou un service spécifique. Elle a été adoptée dans l'industrie du sport pour évaluer l'intérêt pour les programmes de sport et de loisirs amateurs (par exemple, Johnson et al., 2007), la tarification des billets lors des matchs de football professionnel (Kemper et Breuer, 2015) et la tarification des frais d'adhésion à un club sportif (Wicker, 2011). Le modèle d'évaluation contingente (CVM) a été considéré comme le plus approprié pour l'objectif de l'étude, car on demande directement aux répondants de ce modèle ce qu'ils paieraient pour un produit ou un service spécifique (Mitchell & Carson, 1989). Le CVM a toutefois fait l'objet de certaines critiques. L'une des principales critiques à l'encontre de l'utilisation de la CVM concerne le risque de biais. La crainte est que les participants à l'étude répondent avec la VDP un prix hypothétiquement plus élevé que celui qu'ils paieraient réellement. Dans le contexte de l'étude actuelle, les participants peuvent donc montrer une VDP plus élevée pour la présence d'un entraîneur que celle qu'ils paieraient en réalité. Il est important d'en tenir compte lors de l'évaluation des résultats de l'étude.

En déterminant la VDP des parents pour que les entraîneurs de leurs enfants assistent à un match de tournoi, l'étude a cherché à répondre aux questions de recherche suivantes :

- Les parents seraient-ils prêts à payer les entraîneurs pour qu'ils assistent aux matches de leurs enfants ?
- Dans quelle mesure les parents sont-ils prêts à payer les entraîneurs pour assister aux matchs de leurs enfants ?

## MÉTHODE

Dans le cadre d'un projet plus vaste, des enquêtes ont été distribuées aux parents de joueurs de tennis juniors ayant participé régulièrement à des compétitions au cours des six mois précédant l'étude. L'échantillonnage raisonné a été utilisé dans un premier temps pour approcher les parents lors de tournois dans le Midwest des États-Unis. Les parents ont également été contactés par le biais de pages de médias sociaux populaires, ainsi que par le réseau d'entraîneurs et d'administrateurs de tennis du chercheur. Les participants ont ensuite été invités à échanger avec d'autres parents de tennis dont les enfants avaient participé régulièrement à des compétitions. Au total, 130 questionnaires destinés aux parents ont été remplis et renvoyés. La mesure de la VDP a été incluse dans l'enquête du projet plus vaste, avec une adaptation de la mesure au contexte de la présente étude (c'est-à-dire la VDP des parents de jeunes joueurs de tennis pour assister à un match de tournoi). Les participants ont été invités à choisir parmi l'une des sept options proposées. Ces options comprenaient : aucun entraîneur présent, 0 \$, 50 \$, 100 \$, 150 \$, 200 \$, 250 \$. L'analyse des données pour la mesure de la VDP comprenait un comptage de fréquence afin de déterminer la VDP des parents pour les options disponibles.

## RÉSULTATS

Le tableau 1 montre la distribution de fréquence de la VDP des parents pour que les entraîneurs assistent à un tournoi. Bien que les préférences des parents varient, leur option préférée est de payer 50 dollars pour qu'un entraîneur assiste à un match. Une proportion écrasante de 42,3 % des parents

était prête à payer ce montant, l'option suivante préférée des parents étant 100 \$ pour qu'un entraîneur assiste à un match, avec 27,7 % des parents qui ont choisi cette option. Comme il s'agit des deux options les plus populaires, le CAP exact des parents pour qu'un entraîneur assiste à un match de tournoi se situe probablement entre 50 et 100 dollars. Les résultats montrent également que près de 20 % des parents ne paieraient pas pour qu'un entraîneur assiste au match de leur enfant ou préféreraient que l'entraîneur n'y assiste pas. Étant donné que plus de 80 % des parents étaient prêts à payer au moins 50 \$ à un entraîneur pour assister à un match, les résultats suggèrent qu'il existe un marché pour que les entraîneurs fassent payer leur présence aux tournois.

**Tableau 1**

*Distribution de fréquence de la volonté de payer des parents.*

Volonté	Fréquence	Pourcentage
Aucun entraîneur n'est présent	7	5.4
\$0	18	13.8
\$50	55	42.3
\$100	36	27.7
\$150	5	3.8
\$200	5	3.8
\$250	4	3.1
Total	130	100.0

## DISCUSSION

L'étude a pour but de déterminer la volonté des parents de voir les entraîneurs assister aux matchs de leurs enfants. Les résultats montrent que les parents seraient prêts à indemniser un entraîneur pour sa présence à un match de tournoi. Il s'agit d'un résultat important, car il illustre comment le développement de l'athlète pourrait être amélioré dans les limites du modèle commercial actuel du tennis pour les jeunes.

L'étude met en évidence une solution viable au manque de présence des entraîneurs aux tournois de leurs athlètes dans le cadre du modèle de rémunération existant. Faire payer les parents pour assister aux matchs des tournois de leurs athlètes peut être bénéfique pour plusieurs raisons. Premièrement, cela incitera les entraîneurs à assister aux matchs. L'amélioration probable de la présence et, par conséquent, le développement des athlètes. Deuxièmement, cela n'oblige pas les entraîneurs à renoncer au revenu d'un week-end entier. De plus, la transaction peut se faire dans le cadre du modèle économique existant pour le tennis junior. Enfin, en améliorant l'assiduité des entraîneurs aux tournois, elle permettra d'apaiser les frustrations des parents quant à l'assiduité actuelle des entraîneurs.

Comme les résultats le suggèrent, il est recommandé aux entraîneurs de demander aux parents des frais similaires à ceux qu'ils demandent pour une heure ou deux d'enseignement. De plus, il est concevable que les entraîneurs puissent assister à un tournoi auquel participent plusieurs athlètes, ce qui leur permettrait de gagner des frais de participation supplémentaires. Il est certain que les détails de chaque accord entre les parents et les entraîneurs nécessiteraient une négociation pour déterminer un prix et les services précis que les parents achètent (c'est-à-dire la préparation avant le match, le rapport écrit/analyse après le match).

Le modèle économique actuel du tennis pour les jeunes est bien établi et il est peu probable qu'il change dans un avenir proche. Il est impératif de chercher des moyens d'améliorer les pratiques actuelles au sein de la structure existante du tennis. L'étude actuelle y parvient en montrant que les parents sont prêts à payer les entraîneurs pour qu'ils participent aux tournois dans le cadre de la structure typique des salaires horaires. Une participation plus fréquente aux tournois apaiserait les parents, tout en permettant aux entraîneurs de mieux comprendre les performances de leurs athlètes en compétition. Ainsi, les relations parents-entraîneurs seraient améliorées et le développement des athlètes serait favorisé. Afin d'établir la viabilité réelle d'un paiement des parents pour la participation des entraîneurs, les recherches futures devraient examiner à quel prix les entraîneurs seraient prêts à participer. Si les parents et les entraîneurs ne parvenaient pas à s'entendre sur un tarif approprié, cela constituerait un obstacle au développement d'un tel arrangement.

## RÉFÉRENCES

- Green, B. C., y Chalip, L. (1998). Antecedents and consequences of parental purchase decision involvement in youth sport. *Leisure Sciences*, 20(2), 95-109.
- Horne, E., Woolf, J., y Green, B. C. (2020). Relationship dynamics between parents and coaches: Are they failing young athletes? *Managing Sport and Leisure*., DOI: 10.1080/23750472.2020.1779114
- Johnson, B. K., Whitehead, J. C., Mason, D. S., y Walker, G. J. (2007). Willingness to pay for amateur sport and recreation programs. *Contemporary Economic Policy*, 25(4), 553-564.
- Kemper, C., y Breuer, C. (2015). What factors determine the fans' willingness to pay for Bundesliga tickets? An analysis of ticket sales in the secondary market using data from ebay. de. *Sport Marketing Quarterly*, 24(3), 142-158.
- Mitchell, R.C. and Carson R.T. (1989), Using surveys to value public goods: the contingent valuation method. Washington D.C: Resources for the future.
- Vealey, R., y Chase, M. (2016). Best practice for youth sport. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Wicker, P. (2011). Willingness to pay in non-profit sports clubs. *International Journal of Sport Finance*, 6, 155-169.

Copyright © 2021 Edward Horne



Ce texte est protégé par une licence [Creative Commons Atribución 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Vous êtes autorisé à partager, copier, distribuer et communiquer le matériel par tous moyens et sous tous formats et adapter le document, remixer, transformer et créer à partir du matériel pour toute utilisation y compris commerciale, tant qu'il remplit la condition de :

Attribution : Vous devez correctement créditer l'œuvre originale, fournir un lien vers la licence et indiquer si des modifications ont été apportées. Vous pouvez le faire de toute manière raisonnable, mais pas d'une manière qui suggère que vous avez l'approbation du concédant de licence ou que vous la recevez pour votre utilisation du travail..

[CC BY 4.0 Résumé de la licence](#). [CC BY 4.0 Texte intégral de la licence](#)

**SÉLECTION DE CONTENU DU SITE ITF ACADEMY (CLIQUEZ)**

