

# Le programme Tennis For Kids de la LTA ou comment augmenter le nombre de pratiquants

Sam Richardson et Merlin van de Braam

LTA: La patrie officielle du tennis en Grande-Bretagne

## RÉSUMÉ

Cet article présente le programme Tennis For Kids, lancé par la LTA (fédération britannique de tennis) après la victoire de la Grande-Bretagne en Coupe Davis en 2015. Depuis lors, grâce à cette initiative, plus de 35 000 nouveaux enfants se sont mis au tennis et 15 000 continuent de jouer aujourd'hui. Dans cet article, nous abordons l'approche de la formation des entraîneurs, la planification des leçons et réfléchissons à des approches plus rentables pour la mise en place d'une initiative semblable dans le but de faire jouer plus de gens plus souvent

**Mots clés:** pratique, initiative, Tennis For Kids, tennis chez les débutants.

**Article reçu:** 30 Jan 2016

**Article accepté:** 20 Jui 2017

**Auteur correspondant:** Sam Richardson, LTA : La patrie officielle du tennis en Grande-Bretagne

Email:

[sam.richardson@lta.org.uk](mailto:sam.richardson@lta.org.uk)

## INTRODUCTION

Au cœur du plan stratégique de la LTA se trouve sa mission qui est « d'amener plus de gens à jouer au tennis plus souvent ». Dans un contexte où la pratique de nombreux sports au Royaume-Uni est en recul (Sport England, 2017), il devient urgent pour les instances dirigeantes de démontrer les bienfaits de leurs disciplines respectives et de lancer des initiatives mettant en valeur ces bienfaits en vue d'accroître le nombre de pratiquants.

Plusieurs études récentes ont mis en lumière les nombreux bienfaits sur la santé associés à la pratique du tennis. Plus précisément, il semblerait que les personnes qui choisissent de jouer au tennis présentent une meilleure capacité aérobie, un taux de graisse corporelle plus bas, un profil lipidique plus favorable, un risque plus faible de développer une maladie cardiovasculaire, ainsi qu'une meilleure santé osseuse (Pluim et al., 2007). Selon d'autres études récentes, les joueurs de tennis vivraient plus longtemps en raison des bienfaits sur la santé liés à leur pratique du tennis.

Des travaux de recherche menés par la LTA ont montré qu'il était indispensable que l'initiation au tennis ait lieu à un âge précoce, de préférence avant l'âge de 10 ans, afin d'augmenter de manière significative la probabilité que la pratique du tennis continue tout au long de la vie. Très peu d'adultes apprennent à jouer au tennis en partant de zéro ; c'est pourquoi le tennis est un sport qu'il faut apprendre à un jeune âge si on souhaite qu'il y ait la moindre chance que les adultes continuent de jouer ou recommencent à jouer plus tard au cours de leur vie

(LTA, 2016). Si une personne acquiert les compétences requises pour le tennis lorsqu'elle est jeune, elle possédera les bases pour continuer de jouer ou reprendre le tennis à n'importe quel moment. D'ailleurs, la période favorable au développement de la coordination a lieu tout au long de l'enfance (Sackey-Addo, Perez et Crespo, 2016), ce qui renforce la nécessité de faire commencer la pratique du tennis (et d'autres sports) chez les enfants à un âge précoce.

## CAMPAGNE TENNIS FOR KIDS



Photo 1. Entraîneurs testant des exercices du cours de six semaines, dans le cadre de la formation officielle des entraîneurs.

La victoire de la Grande-Bretagne en Coupe Davis en novembre 2015 était l'occasion de susciter de nouvelles vocations et a donc donné lieu à la campagne Tennis For Kids, une initiative d'envergure visant à amener 10 000 nouveaux enfants à jouer au tennis pour la première fois en vue de constituer la relève. Le programme prévoyait que ces 10 000 enfants, qui n'avaient encore jamais joué au tennis, bénéficieraient gratuitement de six heures d'enseignement dans le cadre d'un cours de six semaines donné par un entraîneur qualifié. À la fin du cours, les participants, tous âgés entre 5 et 8 ans se verraient également remettre une raquette gratuitement.

### CAMPAGNE TENNIS FOR KIDS : LES ÉTAPES CLÉS

1. Candidature des entraîneurs : Tous les entraîneurs agréés par la LTA étaient conviés à poser leur candidature en vue de prendre part à la campagne Tennis For Kids ; il leur fallait envoyer une vidéo dans laquelle ils devaient exposer leurs motivations. Sur les plus de 900 entraîneurs qui ont posé leur candidature la première année, quelque 875 ont assisté à l'une des seize séances de formation qui se sont déroulées un peu partout au Royaume-Uni.

2. Formation des entraîneurs : Les entraîneurs étaient tenus de suivre un atelier de formation de quatre heures sur une journée au cours duquel étaient abordés les plans des leçons du cours de six semaines, la manière de gérer les inscriptions au cours, ainsi que la manière de promouvoir les cours à l'échelle locale. Une équipe de mentors chargés de motiver les entraîneurs et de leur transmettre leurs connaissances a été recrutée pour les besoins. Elle était composée de Leon Smith, capitaine de l'équipe de Coupe Davis, ainsi que d'Annabel Croft, d'Anne Keothavong et de Greg Rusedski, tous d'anciens numéros un britanniques. Ces journées de formation ont été un véritable succès : l'énergie et l'enthousiasme, conjugués à l'envie collective de profiter de l'engouement suscité par la victoire en Coupe Davis étaient palpables.

3. Cours donnés par les entraîneurs : Les entraîneurs, en collaboration avec les responsables des sites concernés, devaient établir le calendrier des cours à n'importe quel moment de l'année entre les mois d'avril et de septembre dans le but d'assurer les six semaines de leçons. La promotion des cours ainsi que l'inscription à ceux-ci étaient effectuées au moyen de ClubSpark, un moteur de réservation en ligne. Lors des journées de formation, les entraîneurs étaient informés des exigences relatives à la conduite des cours, qui comprenaient notamment la gestion des inscriptions en ligne. La mise en place d'un site Web pour les inscriptions a permis à la LTA de promouvoir efficacement la campagne grâce à un plan de communication dans les médias à l'échelle nationale dont l'objectif était de faire connaître le site auprès des parents.

4. Conversion : Les entraîneurs et les clubs ont uni leurs efforts pour mettre en place diverses mesures incitant les parents à continuer de faire jouer leurs enfants au-delà des six semaines du cours. Les offres proposées incluaient,

entre autres, l'adhésion au club à moitié prix ou encore un pourcentage de réduction sur les frais d'inscription au programme de base mis en œuvre par le club.

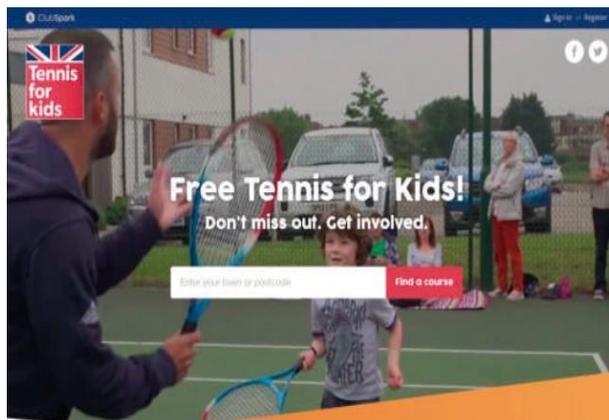


Photo 2. Site Web destiné aux parents souhaitant inscrire leurs enfants à une séance Tennis For Kids dans leur région.

### PLANIFICATION DES LEÇONS SUR 6 SEMAINES

Un comité d'entraîneurs expérimentés était chargé d'établir le plan des leçons. Le but des séances était d'acquérir des bases sportives et tennistiques solides, notamment des habiletés en matière « d'envoi et de réception », ainsi que de développer la coordination générale et la capacité de lancer et d'attraper une balle. L'objectif général du cours était de guider les enfants débutants afin qu'ils soient capables de servir, de jouer des échanges et de compter les points avant la fin des six semaines. Dans le contexte des leçons, l'accent était également mis sur l'organisation efficace de grands groupes de sorte que les séances fassent participer les enfants au maximum et ressemblent le plus possible au tennis.



Photo 3. Structure des leçons du cours de six semaines.

### RÉSULTATS DE LA CAMPAGNE

La première année, la cible était de recruter 10 000 nouveaux enfants (garçons et filles) et de parvenir à un taux de rétention

de 10 %. Ces chiffres ont été largement dépassés, puisque 13 250 inscriptions à un cours ont été enregistrées et que 43 % des enfants ont rejoint un programme d'entraînement ou ont adhéré à un club à l'issue du cours. Compte tenu du succès retentissant de la campagne en 2016, la LTA a réaffirmé son engagement pour l'année 2017 et a doublé la cible à atteindre, soit l'inscription de 20 000 enfants à un cours gratuit de 6 semaines donnant également droit à une raquette gratuite. Pour ce qui est de la promotion, le plan média lancé à l'échelle nationale a bien fonctionné puisque le sujet #TennisForKids a atteint la 7e place des thèmes les plus populaires sur Twitter et que, deux semaines à peine après le lancement, la cible de 20 000 inscriptions avait été atteinte. Au moment d'écrire cet article, 22 200 enfants étaient inscrits à un cours et des milliers d'autres figuraient sur des listes d'attente.

Pour la deuxième année, l'objectif est de faire passer le taux de rétention à 50 % à l'issue des cours. Pour y parvenir, les entraîneurs et les clubs doivent travailler ensemble pour proposer une offre subséquente attrayante valable sur un programme d'entraînement ou sur l'adhésion à un club. Afin de cibler les parents des enfants inscrits aux cours, la LTA a fourni des kits Tennis Xpress (raquettes pour adultes et balles vertes) à environ 500 entraîneurs ; cette initiative a été bien accueillie par les entraîneurs et les parents.

### MISE EN ŒUVRE D'UNE CAMPAGNE TENNIS FOR KIDS AVEC DES MOYENS LIMITÉS

La campagne Tennis For Kids prévoient un certain nombre d'éléments clés qui en garantissent la réussite. Cependant, il est possible de réduire la portée d'un ou de plusieurs éléments ou de les mettre en œuvre plus facilement sur le plan financier pour les fédérations qui ont des moyens limités. À cet égard, un certain nombre de recommandations figurent ci-dessous.

- Les responsables des clubs peuvent fournir gratuitement le matériel et la raquette à la place de la fédération nationale de tennis. Les liens ainsi créés entre les joueurs et les clubs se traduiront éventuellement par un taux de conversion plus élevé après le cours et les coûts à la charge de l'instance dirigeante seront réduits de manière considérable.
- Au lieu d'un moteur de réservation centralisée en ligne, un système de réservation par téléphone peut être mis en place, ce qui permet d'éliminer le coût de conception d'une plateforme de réservation par Internet. Dans ce cas, les coordonnées des clubs participants pourront être publiées sur le site Web de la fédération.
- Commencer modestement – À raison de 10 clubs participants au départ, on peut donner la possibilité à 100 nouveaux enfants de découvrir le tennis. Une fois que les clubs auront connaissance des taux de conversion élevés,

il y a fort à parier qu'ils seront plus nombreux à participer à l'initiative la deuxième année.

### CONCLUSIONS

La campagne Tennis For Kids était une initiative visant à accroître le nombre de pratiquants en tirant parti des succès obtenus par l'équipe nationale. Grâce à une collaboration étroite avec les entraîneurs, une nouvelle génération d'enfants a pu faire la découverte du tennis, tout en bénéficiant d'un encadrement par des entraîneurs aux compétences reconnues. Nous espérons que la campagne continuera d'attirer de nouveaux enfants vers le tennis dans les années à venir afin de perpétuer la pratique du tennis au fil des générations.

### REFERENCES

- Lawn Tennis Association (2016). Insight presentation. London, UK.
- Pluim, B. et al. (2007). Health benefits of tennis. Récupéré le 11 juillet 2017 à l'adresse <http://www.tennisplayandstay.com/media/133921/133921.pdf>.  
<https://doi.org/10.1136/bjism.2006.034967>
- Sackey-Addo, R., Perez, J. et Crespo, M. (2016). Fundamental motor skills for 10 and 12 & under tennis players. *ITF Coaching & Sport Science Review*, 69, 6-9.  
<https://doi.org/10.52383/itfcoaching.v24i69.185>
- Sport England (2017). The Active People Survey. Récupéré le 8 juillet 2017 à l'adresse <https://www.sportengland.org/research/about-our-research/active-people-survey/>

### SÉLECTION DE CONTENU DU SITE ITF TENNIS ICOACH (CLIQUEZ)



Droits d'auteur (c) 2017 Sam Richardson y Merlin van de Braam.



Ce texte est protégé par une licence [Creative Commons 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 créditer l'Œuvre, intégrer un lien vers la licence et indiquer si des modifications ont été effectuées à l'Œuvre. Vous devez indiquer ces informations par tous les moyens raisonnables, sans toutefois suggérer que l'Offrant vous soutient ou soutient la façon dont vous avez utilisé son Œuvre.

[Résumé de la licence](#) - [Texte intégral de la licence](#)