

UNIVERZITE PALACKY A OLOMOUC
Faculté des Lettres
Filière : Français de spécialité d'économie appliquée

ESCALADE EN SALLE, NOUVEAU PHENOMENE EN PLEINE EXPANSION EN FRANCE

MEMOIRE DE LICENCE

Auteur: Klára ELISOVÁ
Superviseur du mémoire: Šárka KONÍČKOVÁ

2012

Univerzita Palackého v Olomouci
Filozofická fakulta
Akademický rok: 2011/2012

Studijní program: Filologie
Forma: Prezenční
Obor/komb.: Francouzština se zaměřením na aplikovanou ekonomii (APLEKF)

Podklad pro zadání BAKALÁŘSKÉ práce studenta

PŘEDKLÁDÁ:	ADRESA	OSOBNÍ ČÍSLO
ELISOVÁ Klára	Horymírova 14, Ostrava - Zábřeh	F09690

TÉMA ČESKY:

Escalade en salle, nouveau phénomène en plein expansion en France

NÁZEV ANGLICKY:

Climbing wall, new phenomene in height expension in France

VEDOUCÍ PRÁCE:

Mgr. Šárka Koničková - KRF

ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:

1. Úvod
2. Definujte klíčové pojmy: horolezectví, sport, Francie, rozvoj, příroda
3. Historie horolezectví
4. Analýza trhu, nové sportovní fenomény
5. Rozvoj a budoucnost nových sportů, potažmo horolezeckých stěn
6. Závěr

SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:

1. Brass P., L'escalade de la salle aux grandes parois, éditeur Gléant Grenoble, 2008, ISBN: 2723458946
2. Lourens T., Guide complet de l'escalade, éditeur De Vecchi Paris, 2007, ISBN: 2732887625
3. Verdier Jean-Pierre, Angonin Didier, Escalade, S'initier et progresser, éditeur Amphora La Tour d'Aigues, 2004, 352 p., ISBN: 2851806378
4. Broussouloux Olivier, Guyon Laurence, Escalade et performance, Préparation et entraînement, éditeur Amphora, 2004, 352 p., ISBN: 2851806556
5. Collectif CAF, Le manuel de la montagne, éditeur Seuil Paris, 2004, 924 p., ISBN: 2020686570

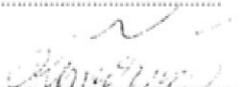
Podpis studenta:



Datum:

11/11/2011

Podpis vedoucího práce:



Datum:

11/11/2011

ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ

Já, níže podepsaná studentka, tímto čestně prohlašuji, že text mnou odevzdané závěrečné práce v písemné podobě i na CD nosiči je totožný s textem závěrečné práce vloženým v databázi.

Moi, Klara Elisova, étudiante, déclare sur l'honneur que le texte de travail de licence remis par moi-même, en forme imprimée comme sur un CD lecteur, est identique avec le texte de travail de licence inséré dans la base de données.

V Olomouci 17. května 2012

.....
Klára Elisová

Prohlašuji, že předložená práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Je déclare, que le travail présenté est l'œuvre originale d'auteur, que j'ai élaboré indépendamment. Toutes données littéraires et autres sources, que j'ai utilisés pour traiter mon sujet sont citées convenablement dans mon travail ainsi que dans le sommaire correspondant.

V Olomouci 17. května 2012

.....

Klára Elisová

REMERCIEMENTS

En premier lieu, j'aimerais remercier ma tutrice de mémoire Mgr. Šárka KONÍČKOVÁ pour ses conseils avisés et sa disponibilité.

Je remercie également Frédéric FONT et Yannick DEPRAUW, directeurs de la salle d'escalade DEVERSUD, qui m'ont aidé avec les informations quant à DEVERSUD; d'où je pouvais tirer l'expérience pour mon travail de mémoire.

SOMMAIRE

INTRODUCTION	7
1 DESCRIPTION D'ESCALADE	9
1.1. L'histoire de l'escalade.....	9
1.2. L'histoire des salles d'escalade	12
1.3. Qu'est-ce que c'est l'escalade	15
1.3.1 Présentation	15
1.3.2 Techniques d'escalade.....	15
1.3.3 Équipement d'escalade.....	18
1.3.4 Les nœuds d'escalade	19
1.3.5 Les cotations	19
1.4 Associations d'escalade.....	20
2 CARACTERISTIQUE DU DOMAINE DE L'ESCALADE	22
2.1. Segmentation des marchés du sport	22
2.2. Définition du marché des salles d'escalade.....	24
2.3. Caractéristique de l'environnement d'une S.A.E. (PEST analyse)	25
2.4. Caractéristique de l'environnement d'une S.A.E. (Porter analyse).....	35
3. BUSINESS PLAN DE LA CREATION D'UNE SALLE D'ESCALADE	40
3.1. Présentation du projet.....	40
3.2. Etude de Marché.....	47
3.3. Produits et services de la salle d'escalade	50
3.4. Moyens	53
3.4.1. Moyens techniques	53
3.4.2. Ressources humaines.....	54
CONCLUSION	57
RESUME EN FRANÇAIS	59
RESUME EN TCHEQUE	60
RESUME IN ENGLISH	61
ANOTACE	62
BIBLIOGRAPHIE	63
SOMMAIRE DES IMAGES	65
SOMMAIRE DES TABLEAUX	66
ANNEXES	68

INTRODUCTION

L'escalade est un sport complexe, largement pratiqué en pleine nature. C'est un sport de loisir, qui peut se pratiquer seul, en couple ou dans un groupe. Pourtant tout en étant un sport dit « extrême » l'escalade est devenue plutôt un mode de vie pour des adeptes de plus en plus nombreux tout au long de son évolution. Ses pratiquants se reconnaissent et se rejoignent dans un même esprit. Ils veulent se rapprocher de la nature, apprendre à connaître leur mentalité et leur corps pour trouver l'équilibre entre ces trois éléments. Ils se retrouvent entre eux comme dans un milieu social, toujours dans une atmosphère conviviale et positive. Ces sportifs peuvent être débutants comme professionnels, mais ce sont toujours la même motivation et passion pour ce sport qui animent un style de vie très libre et équilibré. C'est un sport universel qui tisse des liens entre des hommes et des femmes dans le monde entier.

Dans mon mémoire de licence, je vais traiter le phénomène de la construction de salles d'escalade privées, en pleine expansion en France et en justifier leur développement. Une description du domaine nous sera utile pour élaborer un Business Plan.

Cette analyse a pour objectif de savoir si la création d'une nouvelle salle d'escalade privée en France dans une commune vierge de cet aménagement, tient sa place sur le marché. Connaître le potentiel du projet pour en déterminer la rentabilité à court comme à long terme. Prouver que la construction de nouvelles salles d'escalade sur le marché français est loin d'être saturée, que sa faisabilité est optimale et que son existence contribue à un apport d'équilibre, au bien-être de chacun, crucial à notre société.

Il faudra également connaître notre champ de manœuvre pour mieux appréhender notre recherche de clientèle (ex: Peut-on faire participer des personnes dites à mobilité réduite ?). On analysera aussi le maximum de données pour pouvoir connaître les limites de la faisabilité de notre projet (ex: Quelle hauteur d'investissement maximal pouvons-nous engager pour une rentabilité rapide; notre capital nous assure-t-il un bénéfice à la fin de notre exercice?). Enfin nous allons étudier tous les facteurs pouvant jouer en notre défaveur afin de mieux les contrôler pour ne pas échouer dans notre projet comme par exemple une mauvaise localisation.

Bien sûr, mon travail consiste à avoir une connaissance parfaite du milieu de l'escalade ainsi que de l'évolution de ce sport. Mais au-delà de cela il faudra avoir une approche à toutes les populations de tous les milieux et de tous âges susceptibles d'adhérer

à ce sport. Son influence sur notre société moderne et l'attrance des gens à la pratique de l'escalade en salles. Nous n'aurons pas besoin pour cela d'étendre cette étude sur d'autres activités commerciales n'ayant aucun lien avec les domaines de loisirs à vocation non sportive.

Mon travail de licence sera composé des trois grandes parties:

La première partie, descriptive, présente l'histoire de l'escalade et des salles d'escalade privées. Puis nous expliquerons plus précisément cette discipline, les techniques, l'équipement, l'importance de la maîtrise de certaines connaissances comme les nœuds (parfois utilisés dans d'autres disciplines que l'escalade), les cotations de niveaux de difficultés. Nous irons également découvrir toutes les associations primordiales qui étoffent le paysage de l'escalade en France.

Dans le second chapitre, théorique, nous verrons la caractéristique du domaine de l'escalade. D'abord nous allons segmenter le marché du sport. Ensuite, plus précisément nous allons définir le marché des salles d'escalade et en conclusion nous allons caractériser l'environnement externe d'une salle d'escalade; voir les éléments qui l'influencent.

Dans la troisième partie pratique de mon travail de licence je vais présenter un business plan de la création d'une salle d'escalade privée à Carcassonne ainsi que le projet final de la création. J'annoncerai l'étude de marché qui va justifier la rentabilité de ce projet, et ensuite je présenterai les différents produits et services proposés par la salle. En dernier point je préciserai les moyens techniques et humains nécessaires à l'organisation de la salle.

1 DESCRIPTION D'ESCALADE

Nous allons dans cette partie tenter de faire le tableau du sport qui nous intéresse pour mon travail de mémoire: l'escalade; afin d'en retenir tous les éléments importants qui me permettront de finaliser mon projet. Bien que son apparition est relativement récente dans l'histoire des sports, son évolution est tellement rapide, aussi bien techniquement que dans l'éthique, qu'il est essentiel de bien maîtriser le sujet pour pouvoir mieux appréhender son avenir et par ce biais devenir acteur professionnel totalement intégré, à travers mes futures réalisations.

1.1. L'histoire de l'escalade

Les débuts de l'escalade

C'est seulement à la fin du XVIIIème siècle que les frères Deluc découvrent l'alpinisme « scientifique » avec ses recherches et l'exploration en altitude dans les Alpes. Au cours du XIXème siècle la majorité des grands sommets alpins sont gravés. Les alpinistes les plus extrêmes doivent se préparer pour l'ascension et s'entraînent pendant toute l'année s'ils veulent être bien préparés pour la montagne hivernale. Dès les années 1870 commencent des fondations de clubs. Les alpinistes peuvent découvrir et grimper sur les fameux blocs de Fontainebleau en France, les tours de grès de Dresde en Allemagne de l'est, les falaises de Lake District en Angleterre et les parois des Dolomites en Italie. L'escalade est née.

Les explorateurs de l'escalade en falaise

Les règles de l'escalade ne sont pas encore fixées et chaque groupe de grimpeur se fixe ses propres codes et principes. A l'époque, le matériel et l'équipement était très basique. Les grimpeurs devaient les inventer eux-mêmes et l'utilisation n'était pas encore au point. Les cordes étaient en chanvre et nouées autour du ventre, pas de chaussures spécialisés pour l'escalade, les pitons que les grimpeurs plaçaient dans la voie tous les 4 mètres (alors avec le risque d'une chute de 10 mètres) pesaient 1 kilo et il fallait les monter dès le bas.

Les grimpeurs se focalisent à ouvrir les nouvelles voies en falaises en les équipant. L'éthique d'utiliser seulement les prises de la roche pour gravir la voie est commune. Le grimpeur doit être capable de monter et redescendre la voie en désescalade. La grimpe en solo (sans être encordé ou autrement assuré) n'est pas une exception à cette époque.

Les grimpeurs doivent se désencorder complètement chaque fois arrivés au piton dans la voie, pour pouvoir passer la corde directement dans le trou du piton. En 1910 arrive l'invention du premier mousqueton et enfin les grimpeurs se passent de se désencorder au milieu de la voie.

Pendant la période de la première guerre mondiale et un certain temps après l'escalade est mise de côté, en attendant de meilleures conditions pour pouvoir progresser.

Les années 1930 et 1940: Les innovations techniques

Les années 30 sont caractéristiques avec la précision et la généralisation d'emploi d'équipement d'escalade. Les pitons, les mousquetons et les premiers mousquetons à vis sont mis au point. En 1935 arrive Pierre Alain avec une véritable révolution – les premiers chaussons d'escalade à gomme adhérente. L'arrivée de la seconde guerre mondiale arrête encore une fois le développement de l'escalade.

Les années 50, 60 et 70 : La perfection de l'escalade dans le monde entier

Les Calanques de Marseille et les Dolomites sont au centre d'intérêt des grimpeurs d'Europe. Les Calanques ont l'avantage d'un bon climat pour la grimpe pendant toute l'année, l'isolation naturelle de haute montagne, même si la ville est juste à côté, et la roche d'une très bonne qualité. Les grimpeurs peuvent se concentrer sur l'ouverture de voies de plus en plus exigeantes grâce à l'évolution continue du matériel d'escalade. De cette époque survient le fameux Gaston Rébuffat¹, le guide de montagne et le grimpeur passionné célèbre.

Pendant les années 1960 ce sont les américains qui sont les fers de lance en la matière. Ils se mettent à développer des matériels très particuliers, précis et efficaces et peuvent ainsi gravir avec succès les grandes faces du Yosemite.

Dans les années 1970 des grimpeurs en Amérique inventent des coinçeurs comme un outil d'assurance en escalade libre et tout le monde se concentre sur ce type d'escalade. Les niveaux d'escalade ne s'élèvent pas trop jusque dans les années 1990. Par contre l'escalade en bloc favorise une énorme extension.

Les grimpeurs commencent enfin à utiliser la magnésie des gymnastes pour assécher la transpiration des mains ce qui entraîne une énorme augmentation de la difficulté de grimpe.[annexe 1]

¹ Voir l'image dans l'annexe [9]

Les années 80 : Les médias s'engagent

Et voici, la révolution la plus importante de l'escalade moderne qui arrive grâce à la télévision et la médiation d'une photographie de Patrick Edlinger suspendu d'une main, en solo au-dessus d'une falaise. Cette image passe au journal de dimanche à 20 heures du soir en 1982². Une brève présentation de ce grimpeur français a dévoré le public par la beauté et la force des images. Un document de Patrick sur l'escalade et sa grimpe passe dans la télévision une semaine plus tard. Cet événement va faire évoluer ce sport et tous les autres sports d'outdoor en général. L'escalade se découvre en étant plutôt un mode de vie, l'admiration de la nature, la maîtrise de soi même, de ses gestes, l'engagement et le risque qu'on prend. La vie simple de Patrick sublime le public français et il devient très vite un véritable héros.

L'escalade se développe fortement en France. Patrick continue à grimper et recherche les voies les plus esthétiques au monde. Il se spécialise dans les techniques d'escalade et préconise une base de mouvements d'entraînement très précis. Enfin, l'escalade est reconnue comme un sport à part entière. Les grimpeurs trouvent des sponsors et deviennent de vrais professionnels. Les murs d'escalade naissent dans les villes. Les alpinistes fixent des cotations de niveaux de difficultés. Finalement, en 1983, est organisée la première compétition de l'escalade artificielle.

Les années 90 représentent une perfection dans ce sport. L'escalade devient un sport commun et actuel. Des grimpeurs dépassent les limites atteintes sur le rocher et peuvent gravir grâce à ce nouvel outil d'entraînement des voies d'extrême difficulté.

Le 21ème siècle: le monde plein des professionnels

Le grand héros mondial d'escalade de nos jours est sans doute le californien Chris Sharma. Passionné par toutes les formes d'escalade, il est toujours un pas devant les autres. Il est très fort en falaise comme en bloc. *«Pour moi, l'escalade consiste à trouver de belles et nouvelles voies me permettant de repousser sans cesse mes limites... Il est très important de trouver ces nouveaux itinéraires car je pense qu'il s'agit de la meilleure façon de progresser. J'estime que les forts grimpeurs ont la responsabilité de l'évolution de leur discipline. En trouvant des lignes extrêmes ils permettent de pousser encore plus loin la perception de ce qu'il est possible ou non de franchir... » Chris Sharma*³

² Voir l'image dans l'annexe [8]

³ ESCALADEMAG N°40 mars 2011, SARL Press'Evasion, St. Chaptes, ISSN : 17773865

Il ne faut pas oublier de mentionner le nom du fameux Adam Ondra, jeune grimpeur tchèque qui règne sur les compétitions d'escalade mondiale comme sur les falaises ou sur le bloc dans le monde entier.

1.2. L'histoire des salles d'escalade

L'histoire de l'escalade en salle est une affaire très récente. Elle prend ses racines en France, en Angleterre, en Allemagne et surtout en Belgique berceau de ses origines. Il y a à peu près trente ans que les premières salles d'escalade privées ont vu le jour en Belgique. Maintenant, il existe plus de 110 salles privées. En France, cela fait vingt ans que les premières salles d'escalade privées ont été créés et on en compte une bonne centaine de nos jours. Historiquement, la France est un pays d'alpinisme. L'escalade moderne découle de cette culture alpine, intimement liée à la nature.

La veille de la construction des salles d'escalade

Dans les années 1960 on peut déjà voir des structures artificielles fabriquées pour l'entraînement des grimpeurs. Ces structures se trouvent en plein air et elles sont souvent fabriquées en béton ou en bois. En 1963, à Paris, une tour en bois dédiée à la grimpe a été construite à l'entrée d'une exposition. Cette tour avait 22 mètres de hauteur. Un an plus tard est construit à Chamonix un tour métallique de 6 mètres. En 1968 le magasin SPORT-SHEK à Munich commande une construction d'un mur d'escalade en béton de 9 mètres de hauteur, 3 mètres d'épaisseur et 14 mètres de longueur. Les grimpeurs pouvaient s'entraîner sur toutes les techniques d'escalade dans tous les niveaux de difficulté de l'époque⁴.

En 1969 s'effectuent deux constructions des tours en bois. La première en Allemagne est haute de 10 mètres et longue de 6 mètres. Les grimpeurs peuvent s'entraîner sur une paroi verticale ou déversante (incliné en négatif). La deuxième tour en bois est montée en Belgique pour l'entraînement des moniteurs spéléologues.

Pendant les années 1970 se pratique l'escalade artificielle sur des petits murs d'escalade des clubs alpins. Les autres grimpeurs essaient de grimper sur des bâtiments publics ou sur des ponts en cadre de « l'escalade libre ». C'est la recherche d'endroits pour s'entraîner. Cette pratique n'était pas bien appréciée par la police, car ils pensaient que les gens grimpaient pour cambrioler.

⁴ Brass P., *L'escalade de la salle aux grandes parois*, éditeur Gléant Grenoble, 2008, ISBN : 2723458946

En Belgique se construisent deux tours en béton où les architectes intercalent les vraies prises en roche entre les briques. La fameuse tour de Wolwue d'une hauteur de 9 mètres avec l'accès payant et le mur universitaire à Liège de la hauteur de 12 mètres et longueur de 6 mètres. Ce mur était pour le centre sportif « Blanc Gravier⁵ » et il s'agissait d'un mur d'une partie en extérieur et d'une deuxième partie en intérieur. L'inconvénient était que les prises et les parois fabriquées en béton se patinaient très vite et il n'était pas possible de changer la structure de la voie.

Les premières salles d'escalade

En cette époque, dans les années 80, sont créées des sociétés françaises de fabrication de panneaux d'escalade. C'étaient des panneaux d'imitation du rocher créés en béton et résine. Ces sociétés françaises, comme par exemple la Pyramide, l'Entreprise, ou l'Ere construisent ces panneaux pour les villes sous forme de murs publics.

L'événement le plus important pour la création des premières salles d'escalade a été sûrement la fondation de la société belge « Alpi-In » créée en 1986. Cette société construisait des murs d'escalade artificiels en bois, peint, sablé et zingué pour une meilleure adhérence et perforé pour pouvoir monter et démonter les prises à l'infini. Ainsi la première réalisation de ce panneau « multi-perforé » provient de l'idée de P. Dhaenen et de L. Martin. Le grand avantage de la fabrication de ces panneaux est une conception très économique et une possibilité de création des voies à l'infini. Ces panneaux se fabriquent très rapidement, ainsi qu'ils se transportent et se montent facilement. Grâce à ces nouvelles technologies, dans les années 1980 en Belgique, sont nées les premières salles d'escalade privées. L'expansion s'effectue en France dans les années 1990, pour se poursuivre dans le reste de l'Europe.

En 1986 la société Alpi-In arrive avec une idée très intéressante de faire la démonstration des techniques de l'escalade sur un mur multi-perforé qu'ils peuvent ajuster. La paroi est composée de deux segments. La modification de leur pente peut être obtenue par différentes combinaisons qui simulent des conditions plus ou moins difficiles, selon le niveau du grimpeur. Cela rend ce mur accessible et intéressant pour les débutants, autant que pour les grimpeurs expérimentés. Avec une hauteur de 6 mètres et une longueur de 3 mètres, ce mur mobile est présenté au public le 6 septembre en 1986. Le mur est plus tard remonté dans son atelier de fabrication où se rencontrent tous les soirs des passionnés de mouvements d'escalade pour s'entraîner ensemble. Ils obtiennent des possibilités de

⁵ <http://www.sosclimb.com/Nouveau%20dossier/historique/historique.htm1>, 13/01/2012

franchissement grâce aux différentes inclinaisons de la paroi ou en déplaçant des prises, fabriquées de sable et de résine.

Historiquement la première salle d'escalade privée est ouverte au centre de Bruxelles en 1987⁶. Marc Bott avec Isabelle Dorsimont louent un local où ils construisent un mur en résine haut de 10 mètres et large de 2,5 mètres. En quelques années la salle de bloc s'agrandit et de nombreux changements se produisent afin d'améliorer l'endroit. En 1988 M. Léveque et A. Rouserez fondent une nouvelle salle d'escalade « NEW-ROCK » avec de l'aide du Centre Routier Spéléo et L. et B. Martin. La curiosité de cette petite salle repose sur les premières formes particulières, concernant une dalle école d'une hauteur de 6 mètres, puis deux piliers en dévers, un surplomb à trois facettes et un gigantesque toit horizontal.

Les salles d'aujourd'hui

Dans les années 1990 les salles d'escalade ont tendance à se moderniser. Elles s'élargissent, rajoutent souvent la construction de parois de bloc, et créent des espaces de détente, bar ou petit snack.

De nos jours nous pouvons compter une centaine de salles d'escalade privées en France. L'escalade en salle est devenue un sport commun, un peu comme une salle de fitness. Les grimpeurs viennent s'entraîner sur des voies dotées de différentes difficultés. De plus, c'est devenu un sport de société. Les gens se regroupent entre eux et passent de bons moments. Performance, motivation et entraînement sont au programme.

La salle d'escalade est un endroit avec une bonne ambiance où les gens aiment passer du temps pour faire du sport en compagnie et dans la bonne humeur.

Un élément très important d'un point de vue économique est sans doute l'enseignement professionnel des techniques d'escalade. Dans les années 1990 l'escalade devient tellement populaire, que la Fédération Française de la Montagne et de l'Escalade forme des moniteurs d'escalade et un enseignement scolaire dans des salles d'escalade se développe fortement.

La salle d'escalade, plus qu'un lieu de pratique, devient un lieu de rencontre, d'échanges et de convivialité, nécessaire au développement de ce sport: l'escalade.

⁶ Brass P., *L'escalade de la salle aux grandes parois*, éditeur Gléant Grenoble, 2008, ISBN : 2723458946

1.3. Qu'est-ce que c'est l'escalade ?

L'escalade est une activité sportive saine et complète, qui développe l'esprit et le corps. Elle permet à chaque pratiquant de se retrouver au plus près du monde naturel qui nous entoure et d'en ressentir au plus profond de soi, son appartenance, peut-être oubliée dans notre société dite « civilisée ». Un sport qui permet de ne pas tricher avec les lois naturelles et ainsi de mieux connaître son entourage mais surtout soi-même.

1.3.1 Présentation

L'escalade est un sport à part entière de pleine nature, qui peut se pratiquer selon les conditions météo quasiment toute l'année sur des roches de différentes structures et formes. Que ce soit sur de petits blocs (Fontainebleau, Targassonne) ou sur des falaises colossales (Gorges du Verdon, Les Calanques, Vingrau).

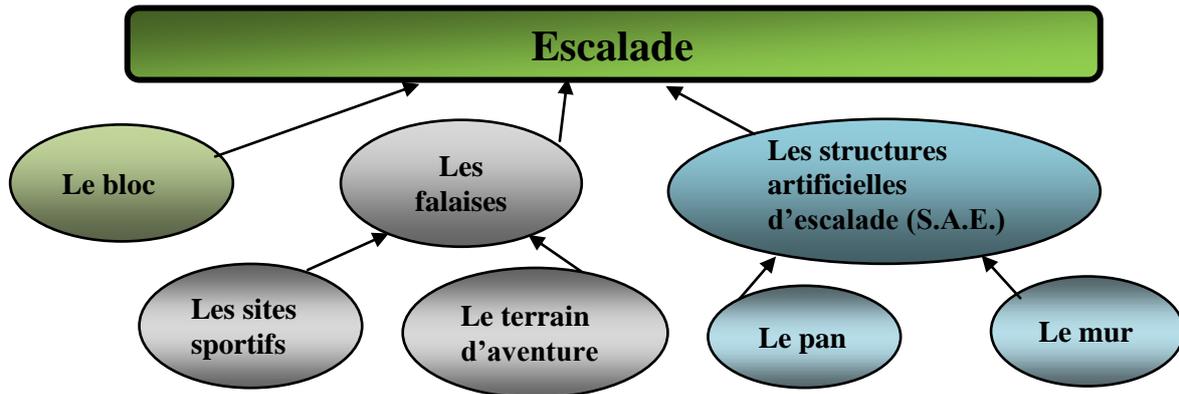
(N. Glée J-P. Rousselet, 2009) « Homme ou femme, petit ou grand, gros ou maigre, jeune ou moins jeune, sportif ou moins sportif, chacun à son niveau peut grimper en tenant compte de ses propres aspirations, définir et atteindre ses objectifs (aussi divers soient-ils), et éprouver ainsi un grand plaisir. Technique, tactique, « énergétique », mental, l'escalade requiert et développe des aptitudes et des qualités diverses, tant au niveau physique que psychologique.⁷ » La formule « la tête et les jambes » colle plus que jamais à cette activité.

1.3.2 Techniques d'escalade

Nous pouvons distinguer trois catégories d'escalade : l'escalade sur bloc naturel, sur falaises (comprenant deux tendances majeures) et l'escalade sur des structures artificielles, c'est-à-dire en salle d'escalade (S.A.E.) comprenant également des pans de bloc.

⁷ Glée N., Rousselet JP., *Escalade, initiation, progression, technique, sécurité, entraînement*, éditeur Libris Grenoble, 2002, ISBN : 9782907781602

Tableau n 1 : Répartition récente d'escalade et de ses catégories



Le bloc est une technique d'escalade exercée en plein air dans la nature, sur des rochers de faible hauteur où le grimpeur n'a pas besoin d'être encordé. La pratique est basée sur des mouvements d'escalade très précis. L'effort physique en pratiquant le bloc est court et intense avec des mouvements souvent complexes. Les voies s'effectuent le plus souvent verticalement vers le haut du rocher, mais il est aussi possible d'évoluer « en traversée ⁸ ».

Concernant la grimpe sur **les falaises** nous parlons d'escalade classique sur des parois plus ou moins hautes, où le grimpeur a besoin d'être assuré par une corde. Nous pouvons distinguer deux types de pratiques : « **les sites sportifs** » et « **le terrain d'aventure** »⁹.

Sur les sites sportifs les voies sur la paroi sont « équipées » pour toujours, cela veut dire qu'il y a des « points d'ancrage », pitons pour s'assurer au fur et à mesure de la montée, scellés définitivement dans la roche.

Les voies sur les falaises peuvent être d'une seule longueur ou de plusieurs longueurs – c'est à dire des « grandes voies ¹⁰ ». En arrivant sur le dernier point d'ancrage, appelé « relais », le grimpeur peut faire une manipulation de corde permettant de redescendre « en rappel » en toute sécurité grâce à un matériel spécifique. Dans les grandes voies les alpinistes grimpent plusieurs longueurs. Les relais en fin de longueurs permettent d'enchaîner en s'assurant autant de fois qu'il est nécessaire jusqu'au sommet.

⁸ <http://www.varappe.fr/pages/debuter.php>, 15/01/2012

⁹ Lourens T., *Guide complet de l'escalade*, éditeur De Vecchi Paris, 2007, ISBN : 2732887625

¹⁰ Collectif CAF, *Le manuel de la montagne*, éditeur Seuil Paris, 2004, ISBN : 2020686570

En terrain d'aventure il n'y a pas d'équipement dans la paroi, ou très limité. Nous parlons de terrain d'aventure « à protéger ». Seulement les relais sont ancrés sur la paroi et pendant la progression le grimpeur doit s'assurer en plaçant ses propres points d'ancrage. Par exemple en utilisant des coinçeurs variés et en les insérant dans des fissures, ou en posant des petites cordes nouées. Ce type d'escalade est courant pour des voies en haute montagne et se rapproche aux techniques de l'alpinisme. C'est une technique de grimpe très dangereuse. Il faut bien connaître le terrain et maîtriser les mouvements d'escalade, les manipulations diverses et plus délicates pour pouvoir grimper en meilleure sécurité.

Les termes communément employés pour les salles d'escalade ou les salles de bloc sont: **S.A.E. (Structures Artificielles d'Escalades)**. Aujourd'hui les salles d'escalade avec ses murs artificiels commencent de plus en plus à s'implanter en France. La plupart des gymnases municipaux ont aussi leur mur d'escalade. En respectant les horaires d'ouverture, nous pouvons venir grimper quand nous voulons et peu importe la mauvaise météo que ce soit la pluie, la neige, le vent fort ou froid. L'avantage en salle est que l'accès est facile et rapide.

Concernant la grimpe, l'autre avantage est que les gens peuvent arriver sans aucun matériel et louer tout sur place. Des baudriers avec des descendeurs et des chaussons d'escalade sont souvent prévus en location en salle. En S.A.E. nous pouvons progresser en escalade si l'on s'entraîne intelligemment ou avec l'aide d'un moniteur. Dans la plupart des salles d'escalade nous pouvons prendre des cours d'escalade auprès des professionnels et Brevets d'État.

Nous pouvons distinguer deux types de structure en S.A.E. C'est le **pan**¹¹ ressemblant au bloc en nature. C'est un panneau multi-perforé de faible hauteur où au sol est posé un gros tapis de réception très épais pour amortir les chutes. Ici les grimpeurs ne sont pas encordés, le risque de blessures en cas de la chute est quasiment nul. **Le mur** est la deuxième structure et représente la salle d'escalade typique. Les panneaux multi-perforés sont plus hauts. Aussi, l'encordement et tout le matériel d'équipement nécessaire est obligatoire. Comme les prises se vissent où nous voulons, les voies sont créées par le travail des « ouvriers » qui calculent les mouvements et leur difficulté et donnent naissance aux voies de la salle. Ils peuvent créer des nouvelles voies à l'infini, ce qui est avantageux pour l'entraînement à long terme. Ainsi la plupart des compétitions se déroule

¹¹Glée N., Rousselet JP., *Escalade, initiation, progression, technique, sécurité, entraînement*, éditeur Libris Grenoble, 2002, ISBN : 9782907781602

en salles. La mobilité des prises est très importante; on peut créer des voies très dures ce qui séduira et permettra de mettre en difficulté les plus grands champions.

1.3.3 Équipement d'escalade¹²

L'équipement est en escalade une chose essentielle, obligatoire et surtout nécessaire. Pour pouvoir grimper en sécurité et ne pas risquer sa vie, il est nécessaire d'avoir un matériel adapté et savoir l'utiliser. Tout le matériel d'escalade est testé à sa fabrication puis fait l'objet de nombreux contrôles très sévères par les fabricants. Ainsi l'équipement répond aux normes de sécurité en vigueur¹³.

- Chaussons

Les chaussons sont pour le grimpeur, l'équipement le plus important. En escalade, l'adhérence prime. Le chausson doit coller le plus possible au pied, pour une meilleure précision.

- Baudrier

C'est une ceinture de sécurité qui sert d'intermédiaire pour s'encorder grâce à laquelle le grimpeur peut tomber à n'importe quel moment et sera rattrapé et arrêté par l'assureur.

- Corde

En escalade on reconnaît deux types de corde basiques. Ce sont les cordes d'attache (dites à simple) et des cordes de rappel (dites à double). La corde à simple est la plus fréquemment utilisée. Elle convient parfaitement aux voies d'une ou plusieurs longueurs sur les sites sportifs, aux salles d'escalade (où il faut apporter sa propre corde).

- Système d'assurance et le mousqueton à vis

Ils nous servent à faciliter le freinage de la corde. En cas de chute, l'assureur peut bloquer la corde facilement en un seul instant grâce au système d'assurance. Nous pouvons distinguer divers moyens d'assurance (le grigri, le huit, le reverso, etc.) et nous pouvons les diviser en semi ou auto bloquants. Les semi auto bloquants ont besoin de surveillance maximale du grimpeur pendant toute sa parade. Tout système d'assurance est fabriqué de façon à pouvoir attacher un mousqueton à vis, qui sert à raccorder en toute sécurité le système d'assurance sur le baudrier.

¹² Voir l'image démonstratif dans l'annexe [10]

¹³ Verdier JP., Angonin D., *Escalade, s'initier et progresser*, éditeur Amphora La Tour d'Aigues, 2004, ISBN : 2851806378

- Dégaines

Les dégaines servent à attacher la corde avec les points d’ancrage dans la voie. Il s’agit de deux mousquetons reliés par un anneau de sangle cousu pouvant avoir plusieurs longueurs.

- Casque

Nous ne sommes pas obligés de porter un casque en salle, mais en pleine nature oui. Nous courrons le risque par exemple d’une chute de cailloux, d’arbustes, de matériel (qui tombe par malheur), pouvant provoquer des blessures graves à la tête.

- Magnésie et sac à magnésie

Comme les gymnastes, les grimpeurs eux aussi, utilisent de la magnésie sur leurs mains pour que leurs doigts ne glissent pas sur les prises. Nous pouvons l’acheter en poudre ou en boules, que l’on met dans des sacs spéciaux. [annexe 2]

1.3.4 Les nœuds d’escalade

Tous les débutants doivent apprendre au moins deux nœuds élémentaires en escalade. Si on grimpe plus longtemps et on commence à aimer l’escalade, on se passionne pour la grimpe. Mais avec la grimpe arrive la responsabilité et le besoin d’apprendre comment rester en sécurité. La connaissance des différents nœuds peut nous sauver la vie dans des situations critiques ou difficiles.

Alors dès le début, s’encorder consiste à attacher la corde à son baudrier. Les deux nœuds d’encordement – le nœud de huit¹⁴ et le nœud de chaise¹⁵ – ont été reconnus par les associations d’escalade et promettent suffisamment de résistance¹⁶.

1.3.5 Les cotations

De nos jours, on distingue 9 niveaux de difficultés en escalade. Ces 9 niveaux sont subdivisés en trois plus grandes sous parties soit « a, b, c » et puis elles-mêmes se divisent en deux « a, a+, b, b+, c, c+ » qui désignent qu’il y a un pas d’une difficulté plus dure que le reste de la voie, mais qui reste réalisable dans le cadre du niveau de difficulté¹⁷.

[annexe 3]

¹⁴ Voir l’image dans l’annexe [11]

¹⁵ http://www.noed-escalade.com/dossiers/categorie_11_noeds+amarrage.html, 13/01/2012

¹⁶ Broussouloux O., Guyon L., *Escalade et performance, Préparation et entraînement*, éditeur Amphora, 2004, ISBN : 2851806556

¹⁷ <http://www.varappe.fr/pages/debuter/les-cotations.php>, 15/01/2012

1.4 Associations d'escalade

Club Alpin Français (CAF)

Cette fédération a été créée en 1874 à Paris. Cette association, la plus traditionnelle d'escalade en France, vise à promouvoir la montagne française. En 1905 elle crée la Caisse de secours de guides et de porteurs. Elle crée la revue spécialisée « La Montagne ». En 1919 elle forme une sous-fédération de Groupe de Haute Montagne et un an plus tard crée l'Union nationale des Associations de Tourisme. Petit à petit elle commence à adopter des sports de la montagne divers et le CAF se transforme en FFCAM, où la fusion officielle date de 1996¹⁸.

Fédération Française des Clubs Alpains et de Montagne (FFCAM)

C'est la Fédération Française des Clubs Alpains et de Montagne, fondée en 1942 par le CAF. C'est ainsi une fédération multisports qui se concentre sur l'alpinisme, randonnée, raquettes, spéléologie, escalade et plein d'autres activités de sport de montagne. Elle compte 285 clubs, 50 000 bénévoles et 80 000 adhérents. Cette association a pour but de promouvoir, faire connaître et protéger la montagne et les sports qui y sont pratiqués. Elle est le propriétaire de nombreux refuges, chalets et centres de montagne afin de participer au développement durable des hautes vallées en France.

La Fédération Française de la Montagne et de l'Escalade (F.F.M.E)

Cette fédération est fondée en 1945. Elle a pour but d'assurer la promotion et le développement en France des six sports de nature soit l'Escalade, l'Alpinisme, le Canyoning, la Randonnée Montagne, la Raquette à Neige et le Ski-Alpinisme. Elle est membre de l'International Federation of Sport Climbing (IFSC) et du Comité National Olympique et Sportif Français (CNOSF) ? Le Ministère de la Santé et des Sports a donné une délégation à FFME pour le sport d'Escalade également pour le Ski-Alpinisme, le Canyoning et pour la Raquette à Neige.

Altissimo

C'est le leader de la franchise des salles d'escalade, fondé en 1995, qui a créé en treize ans le plus grand réseau de salles d'escalade en Europe. Le but de cette association est d'employer les meilleurs spécialistes pour se concentrer en innovation, en savoir-faire du concepteur et sur la construction et l'exploitation des salles d'escalade¹⁹.

¹⁸ <http://www.ffcamm.fr/federation.html>, 20/02/2012, <http://www.ffmpeg.fr/>, 15/12/2011

¹⁹ <http://www.altissimo.fr/>, 20/02/2012

Conclusion

Ce premier chapitre nous permet de comprendre pourquoi une salle d'escalade est profitable à l'expansion d'un plus grand nombre de pratiquants. Malgré sa dimension de sport dit « dangereux », la salle, contrairement à la falaise, permet au néophyte de se sentir en sécurité pour son apprentissage mais permet également à une personne confirmée de trouver en ce lieu, un outil d'entraînement idéal.

Nous allons voir maintenant ce qui caractérise les S.A.E. Des autres structures commerciales de loisirs. <http://www.altissimo.fr/>, 20/02/2012

2 CARACTERISTIQUE DU DOMAINE DE L'ESCALADE

Pour caractériser le domaine de l'escalade nous pouvons considérer que c'est une discipline qui prend en charge le déplacement en montagne. Elle comprend une vaste gamme d'activités physiques. Les domaines d'escalade ont en commun les techniques de mouvement avant-gardiste dans le milieu vertical. Nous pouvons diviser l'escalade par rapport au terrain où l'on pratique ce sport : dans les montagnes, sur les falaises, sur les structures artificielles dans les salles, ou l'escalade sur glace qui nécessite l'utilisation de piolets et du matériel très spécialisé. Nous pouvons diviser le domaine de l'escalade en deux – l'escalade classique, qui consiste surtout en déplacement en montagne et sur glace. Ici nous n'avons pas besoin d'utiliser des points d'ancrage fixes, car nous plaçons les nôtres. Au contraire l'escalade sportive réunit les techniques d'escalade avec des mouvements gymnastiques complètement liés à l'existence des points d'ancrage fixes.

Nous pouvons alors constater que l'escalade est une activité physique, où le grimpeur risque la chute et donc où il est obligé de surpasser volontairement son instinct de survie.

2.1. Segmentation des marchés du sport

Nous pouvons distinguer douze différents segments dans le domaine du sport en général. Ces segments peuvent se diviser en plusieurs parties selon le sport et les éléments qui répondent à l'appel d'une certaine clientèle. Certains sports représentent plusieurs types de sport en même temps, et ainsi répondent aux souhaits et besoins de plusieurs types de clients. Ce n'est pas évident de les classer bien clairement. Voici la liste de classification des segments des sports²⁰ :

- 1) Sports collectifs**
- 2) Sports légers**
- 3) Sports de balles**
- 4) Compétition automobile**
- 5) Sports d'orientation**
- 6) Sports nautiques**

²⁰ http://www.cstv.cz/sportovni_svazy.html, 04/04/2012, J.Grexa, M.Strachová, *Dějiny sportu : přehled světových a českých dějin tělesné výchovy a sportu*, Brno : Masarykova univerzita, 2011, ISBN : 978-80-210-5458-5

7) Sports d'hiver

8) Sports de combat et d'art martial

9) Sports de force

10) Sports de précision

11) Autres sports (par exemple airsoft, cyclisme, équitation, jonglerie)

12) Sports extrêmes et d'outdoor

12.1) Sports aériens (p.ex. base jump, saut à l'élastique, funambulisme, parachutisme, parapente, sky surfing)

12.2) Sports terrestres (p.ex. escalade en salle, escalade en extérieur, alpinisme, spéléologie, moto-cross, bicycle motocross-BMX, mountain bike, skateboard, snowboard, ski de vitesse, VTT de descente et freeride)

12.3) Sports aquatiques (p.ex. plongée sous-marine et libre, surf, kitesurf, bodyboard, skimboard, planche à voile)

[annexe 4]

Connaître l'existence des différences dans les besoins et les souhaits des clients est nécessaire pour la segmentation du marché et pour mieux cibler la clientèle. Mais il faut aussi trouver un élément qui va relier ces besoins et ces souhaits. Quelque chose qui est commun pour eux. Ces clients doivent avoir des besoins communs que l'on peut satisfaire par le biais du marketing.

Pour mon travail de mémoire nous allons nous intéresser au Sports extrêmes « dits d'outdoor ou de plein air », dans lesquels vient se classer le sujet traité – l'escalade en salle, ainsi que les autres disciplines de l'escalade en général.

Les sports extrêmes représentent des activités sportives particulièrement dangereuses où en cas d'erreur dans son exercice le sportif peut risquer des blessures graves. Dans la société, on les appelle souvent les sports d'adrénaline. Ils sont souvent pratiqués par des jeunes sportifs, qui repoussent les limites de la peur et augmentent les capacités physiques. Ces sports se pratiquent sur la terre, dans la mer et dans le ciel. Ils nécessitent l'engagement psychique, physique (l'implication de hauteur, vitesse, et force) avec du matériel spécifique.

Maintenant, nous pouvons comprendre que l'escalade est un sport extrême. En segmentation psychique de ce type de sport extrême on a découvert, que ce sport attire une clientèle qui appartient à un certain mode de vie et classe sociale. Elle est séduite par l'adrénaline qui l'oblige à renforcer son corps physiquement comme psychologiquement. Il faut se rendre compte que ce sport a aussi ses règles. Le sportif doit absolument se vouer

à la connaissance aussi bien des techniques gestuelles que de sécurité, car il risque des blessures graves. C'est tout cela qui attire cette clientèle.

L'escalade est une activité complète. Sa pratique permet de développer le corps et l'esprit, de l'entretenir mais aussi de découvrir la Nature. Dans son concept, l'escalade en salle peut être assimilée au fitness. Elle peut être synonyme d'entraînement, de loisir, de performance, d'éducation, de convivialité. Symbole de liberté et d'évasion, elle apportera à son pratiquant tous les bienfaits propres à la détente et à la convivialité, en toute sécurité.

2.2. Définition du marché des salles d'escalade

- Dans le cadre du Marché générique nous parlons d'un sport extrême et loisir de plein air.
- Concernant Marché principal il s'agit de classification « escalade ».
- Définition de l'environnement et la découverte, compétition, plaisir, détente.

L'évolution des tendances de la société laisse apparaître que nous entrons dans une ère où les sports dit « traditionnels » perdent de l'engouement au profit des sports de plein air, dont l'escalade fait partie. Cette évolution ainsi que la multiplication des salles d'escalade en France, (environ une centaine aujourd'hui contre une dizaine en 1990), permet de penser que ce marché est porteur.

Les salles de gym et de musculation existantes doivent leur succès au désir de chacun de se maintenir en forme mais également à leurs horaires d'ouvertures au-delà des horaires professionnels. Une salle d'escalade permet de se maintenir en forme, de découvrir de nouvelles sensations grâce à ce nouveau type de sport. La salle d'escalade permet également de faire cela en toute sécurité, en toute liberté et indépendamment des prévisions météorologiques.

L'expansion des salles d'escalade est à mettre en parallèle avec l'engouement des personnes pour les sports représentant la nature, le "grand air", l'espace. De plus les gens ont un désir d'adrénaline, également de sécurité, d'autonomie, de nouveauté, de confort et de sympathie. Le fait que certaines salles existent depuis plus de 15 ans nous permet d'affirmer que ce n'est plus une mode mais une activité porteuse et stable. De plus, l'escalade est à présent le 4ème sport scolaire au niveau national, ce qui va dans le même sens.

2.3. Caractéristique de l'environnement d'une S.A.E. (PEST analyse)

Concernant la caractéristique de l'environnement externe d'une S.A.E. nous allons parler d'une analyse de macro environnement, appelée PEST. Cette analyse spécifique classe quatre influences générales sur une organisation²¹. Elles ont un impact plus ou moins important sur cette entreprise. PEST vise à choisir entre ces facteurs d'influence seulement ceux qui sont vraiment importants pour l'organisation concrète²².

Influence politique et législative

Entre les influences externes politiques et législatives sur une société nous pouvons par exemple nommer la stabilité politique du pays, la stabilité du gouvernement, si le pays est membre d'un groupement politique et économique, la politique des impôts, la politique sociale, la loi et l'environnement politique et juridique du pays. Tous ces facteurs créent un cadre pour toutes les activités entrepreneuriales et commerciales.

Les formules PEST – il faut prendre en compte au niveau des communes l'intérêt de reconnaître le paysage politique selon la zone où nous allons nous implanter. Cela permet de savoir quelle législation est en vigueur par ex. suivant la politique qui est menée, il existe des zones où la commune aide les jeunes créateurs d'entreprises. Ils pourront être dé fiscalisés, et n'auront pas besoin de payer autant d'impôts que dans d'autres zones. Ce sont des zones de franchise où peuvent être pratiquées une exonération de taxe professionnelle ou autrement dit une baisse de cotisation. Pour favoriser un essor économique sur une zone à développer, le gouvernement français implante des mesures politiques qui, une fois engagées attirent des nouvelles entreprises. Ces mesures sont basées sur une défiscalisation²³.

- Toutes les salles d'escalade doivent suivre et respecter les Normes fédérales des structures d'escalade. [annexe 5]

²¹ <http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/management-msp/marketing-rizeni-msp-komplexni-analyza/1001663/45239/>, 04/04/012

²² <http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/management-msp/marketing-situace-analyza-predikce-vyvoj/1001663/55094/#b12>, /04/04/2012

²³ P.Kotler, *Marketing Management Analýza, plánování; recenze a kontrola*, Prentice Hall, Inc., 1991, ISBN: 80-8605-08-2

- Pour pouvoir créer une salle d'escalade nous devons respecter les règles judiciaires en vigueur. Nous devons obtenir une Licence de commerce auprès de la chambre de l'industrie et du commerce. Cette instance stipule deux codes:²⁴
 - 1) Le code de l'environnement, issu du décret du Conseil d'État. La première partie est législative et l'autre réglementaire.
 - 2) Le code de la santé, de la sécurité et de l'hygiène au travail est constitué depuis le 1er mai 2008 de huit livres. Chaque article issu du code du travail dispose d'une partie législative et d'une partie réglementaire.
- Il faut choisir la forme juridique de société qu'on va créer. La Société A Responsabilité Limité (S.A.R.L.) est une formule simple et souple, aux risques limités. Cela nous permet de faire appel à des partenaires pour nous apporter un complément de capital et ainsi limiter notre emprunt auprès d'une banque.
- La S.A.R.L. de création de la S.A.E. vise à l'exploitation d'une structure escalade, l'encadrement, la formation, ainsi que l'organisation de stages et événements tout public. D'autres services de la société peuvent être de l'accompagnement et l'organisation de toutes sorties et séjours de découverte et loisir en plein air en France.
- D'un regard économique la S.A.R.L. se spécialise sur l'achat, la vente, l'import, l'export, la conception, la fabrication et la commercialisation de tout objet, vêtement et matériel concernant les sports extrêmes de plein air, également comme la vente de boissons et encas à consommer sur place dans la S.A.E.
- Il faut préciser le Statut des associés fondateurs. Les créateurs de S.A.E détiennent de façon majoritaire des parts sociales de la société. La gérance s'effectue conjointement entre ces créateurs. Ils possèdent l'essentiel des pouvoirs dans la société, mais la consultation avec des associés est obligatoire et permanente. Le développement et la gestion de la salle d'escalade, dans sa forme commerciale, se rapproche de celle des salles de remise en forme ou d'une piscine.
- Concernant le Statut des associés, ils peuvent être plusieurs et détenir différents volumes des parts sociales.
- Le Capital sera alors apporté par les créateurs, les associés et par la banque. Ce capital doit être suffisamment grand pour pouvoir couvrir tous les investissements de la créance et construction de la S.A.E. Sans oublier le démarchage de la salle.

²⁴ <http://www.cci.fr/web/portail-acfci/accueil;jsessionid=C3F318F5104D9126CA41A8015DFA7247.node1,10/05/2012>

- Nous allons embaucher dans notre société des moniteurs licenciés qui doivent promouvoir ses diplômes et signer un contrat de travail. Leur travail, rôle, tâches et horaires doivent être en accord avec le Droit du travail. Ils ont droit d’avoir un salaire, au minimum le SMIC (Salaire Minimum Interprofessionnel de Croissance, en janvier 2012 revalorisé de 9,22€ brut par heure) et la durée légale de travail est de 35 heures hebdomadaire.
- Nous devons respecter le Code du travail français et toutes les réglementations et textes législatifs concernant notre domaine professionnel.

Influence économique

Peut représenter par exemple le développement du PIB, les taux d’intérêts, les taux de chômage, l’inflation, la TVA (Taxe sur la valeur ajoutée) et le pouvoir d’achat. D’un environnement économique. L’entreprise obtient des facteurs de production et du capital.

Le marché est influencé par des nombreux facteurs économiques et une salle d’escalade doit se rendre compte des impacts apportés.

- Par exemple un niveau élevé de chômage dans la région où nous voulons créer la S.A.E. peut causer une clientèle moins importante et donc réduire notre chiffre d’affaire journalier. Les chômeurs ne peuvent pas dépenser leurs économies et du temps dans la salle d’escalade.
- Un autre exemple similaire est l’inflation. Si l’inflation monte, les gens vont réfléchir aux priorités de leurs dépenses. Ils préféreront d’acheter la nourriture et d’autres éléments plus importants pour la survie et ils limiteront les dépenses dans les loisirs.
- Concernant la TVA que l’entreprise doit payer sur toutes les entrées, services, produits, énergies; il est mécaniquement prouvé que celle-ci a une influence directe sur la prospérité de la S.A.E. Selon sa hauteur, si elle augmente, la salle gagne moins d’argent et l’État en gagne plus. Ces impôts indirects pour la S.A.E. vont avoir pour effets d’élever le prix de ses produits et services proposés, afin de gagner autant qu’auparavant. C’est le public qui est perdant dans cette situation.

Il est alors souhaitable de bien calculer, lors des actions planifiées en rapport avec la vente, que la société paie le moins possible de TVA voir même n’en paie pas du tout lorsque, selon les cas, cela n’est pas obligatoire²⁵.

²⁵ <http://www.cci.fr/web/portail-acfci/accueil;jsessionid=C3F318F5104D9126CA41A8015DFA7247.node1,10/05/2012>

- Le pouvoir d'achat de la clientèle visée de la région où nous voulons situer notre organisation va aussi influencer les possibilités et les envies de la future clientèle. Il est alors souhaitable de bien cibler notre organisation géographiquement, plutôt dans un milieu économiquement assez fort et stable où l'on peut attendre un potentiel plus fort du pouvoir d'achat de cette clientèle.
- Le développement du PIB en France tout comme le PIB de la région où nous allons créer la S.A.E. est un facteur très important qui va avoir une influence sur notre réussite. Il s'agit ici d'un vecteur cyclique qui suit et se substitue à tout le cycle économique – dans une période d'expansion les entreprises atteignent un plus grand succès et, inversement, dans une période de crise, ces entreprises ont inévitablement des problèmes. Plus le PIB est élevé, plus on aura des clients donc le revenu sera aussi plus important. Au contraire, si le PIB dans la région est faible nous prenons le risque d'être perdant sur le marché et ne pas avoir de succès.
- La situation économique du pays influence aussi le montant des frais que nous devons payer. Par exemple le montant du prix du chauffage, d'électricité, du loyer, d'eau, des assurances, de la publicité, des frais postaux et télécom, plus les taxes foncières et professionnelles.

Influence sociale et culturelle

Ces sont les facteurs liés aux comportements des clients face à leurs achats et les facteurs qui influencent le comportement des organisations. Concernant le comportement des clients au niveau culturel, nous pouvons distinguer les influences de leurs habitudes de consommation, leurs valeurs culturelles, le langage, le langage du corps, l'image personnelle, le comportement des hommes et des femmes et de l'ensemble. Concernant le comportement social de ces clients nous prenons en compte le classement social de la société, le milieu socioéconomique des clients, leurs revenus, le développement de niveau de vie, leurs styles de vie, leurs niveaux d'éducation et la mobilité de la population. Nous pouvons aussi voir l'influence culturelle et sociale sur le comportement des organisations.

Pour mieux analyser l'influence socioculturelle en charge d'une salle d'escalade nous avons utilisé une étude de marché par un questionnaire. Nous avons interrogé un nombre suffisant de personnes (dans le cadre de mon projet environ 200 – 300 personnes) de tous les milieux, classes sociales, sexe et âge dans une ville où nous comptons créer la S.A.E. Le résultat nous a montré l'importance de l'influence socioculturelle d'où nous avons pu tirer l'expérience pour la fondation de la nouvelle salle.

Pour illustrer cela, nous nous sommes penchés un moment sur cette préparation du sondage qui fait partie intégrante de l'étude de marché. Notre panel a été constitué de 176 personnes mixtes de différentes classes sociales et d'âges variés.

L'étude de marché – préparation du sondage

- Les objectifs :
 - Définir le lieu d'implantation de la salle
 - Le pourcentage de personnes intéressés par l'activité
 - Leur intéressement suivant la période, le jour et l'heure
 - Pratique encadrée ou pas
 - Ces personnes seraient-elles intéressées pour leurs enfants
 - Les prestations annexes qu'ils attendent (buvette, snack)
 - Proposer des tarifs
 - Connaître les différentes classes, leur âge, leur sexe
- Ou effectuer ce sondage ?
 - Dans les rues de la ville
 - Dans les comités d'entreprise
 - Dans les grandes surfaces
 - Dans les lycées, collèges et à la faculté

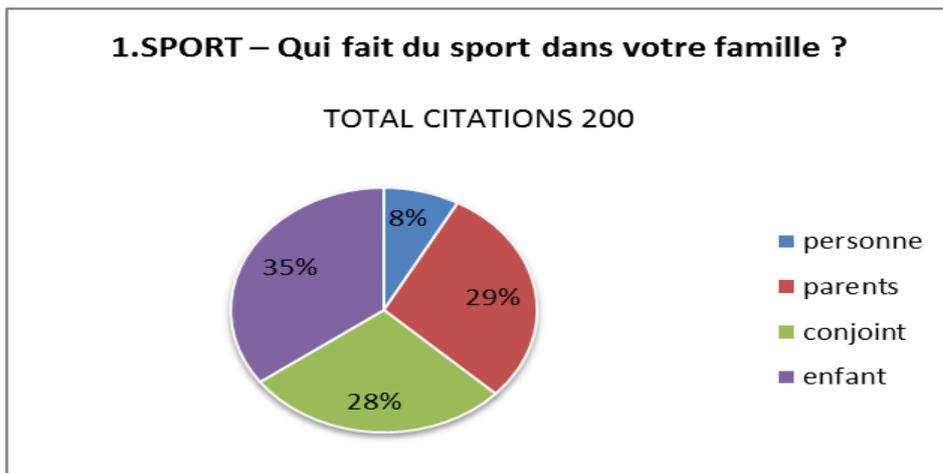
[voir le questionnaire dans l'annexe 6]

Nous pouvons constater premièrement les précisions concernant l'échantillon actuel et sa représentativité.

- Échantillon intermédiaire : 176 observations.
- Représentativité : Nous pouvons noter actuellement au vu des questions :
 - Une certaine surreprésentation des hommes
 - Une certaine surreprésentation des gens de moins de 35 ans
 - Une ventilation équilibrée par CSP (catégories socio professionnelles)
 - Une ventilation équilibrée des questionnaires dans toutes les zones du sondage
 - Un grand regard positif sur la création de la nouvelle salle, favorise une bonne perspective de l'investissement, faisabilité, rentabilité et la mise en valeur sur le marché français.

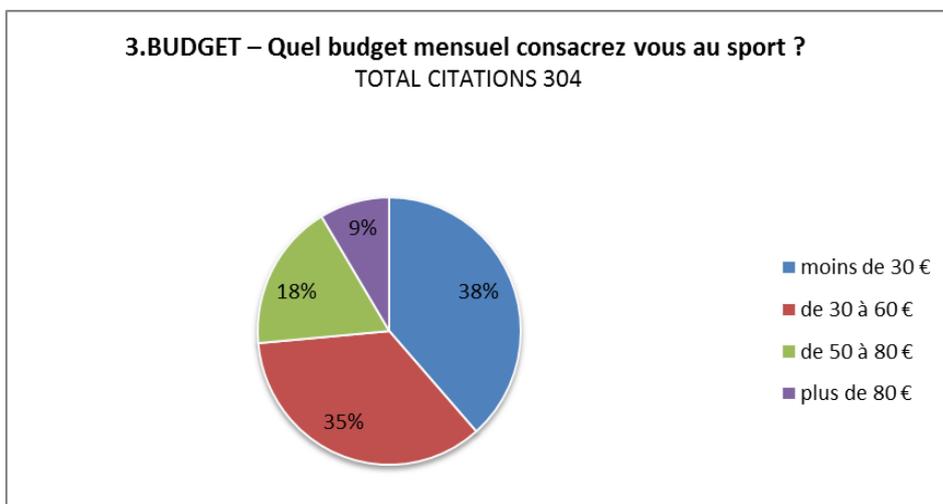
Deuxièmement nous verrons les résultats du questionnaire et son analyse (le questionnaire fait sujet de l'étude de marché dans la partie pratique de mon travail de mémoire pour prouver la faisabilité du projet de la nouvelle salle d'escalade à Carcassonne). [annexe 7]

Tableau n 2 : Questionnaire – 1. Sport



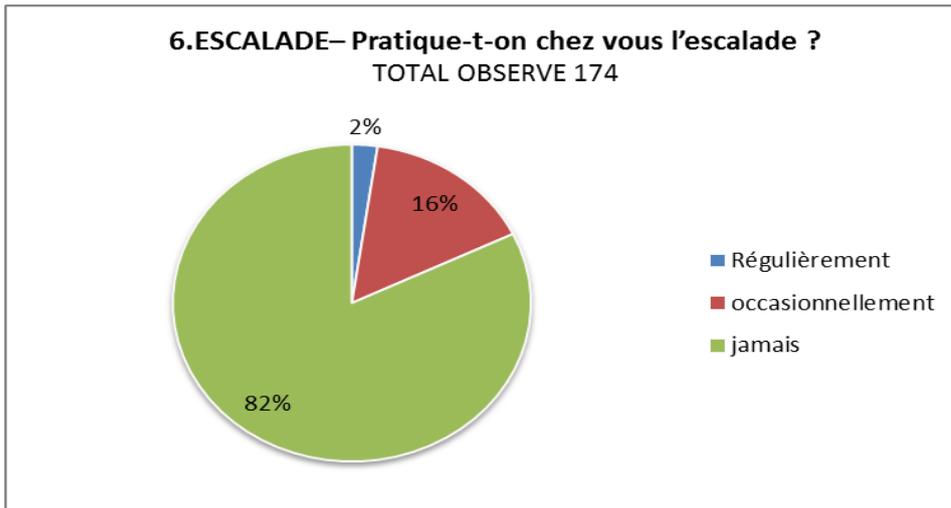
Le sport est largement pratiqué par tous les membres de la famille (adultes : 57 %; enfants 35 %)

Tableau n 3 : Questionnaire – 3. Budget



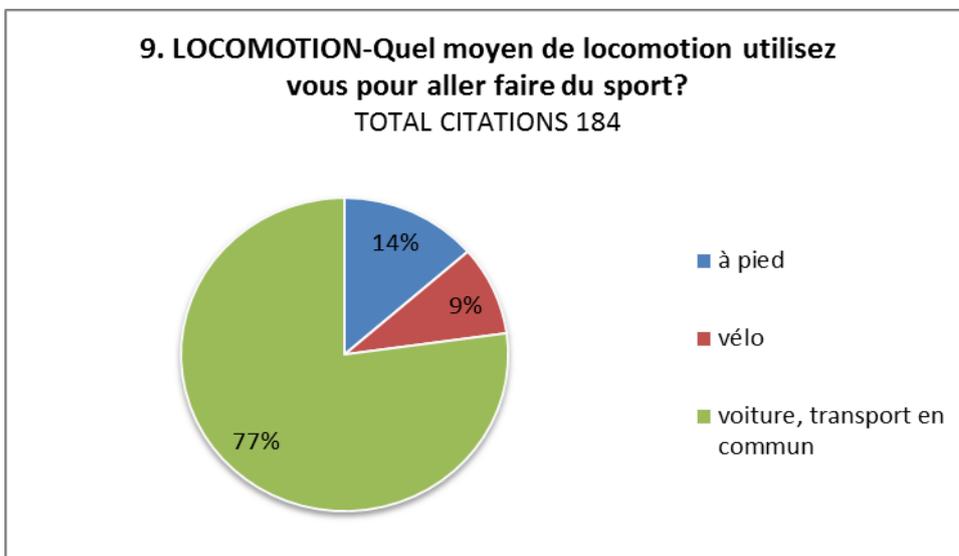
Le budget moyen se situe sous la barre des 60 € par mois.

Tableau n 4 : Questionnaire – 6. Escalade



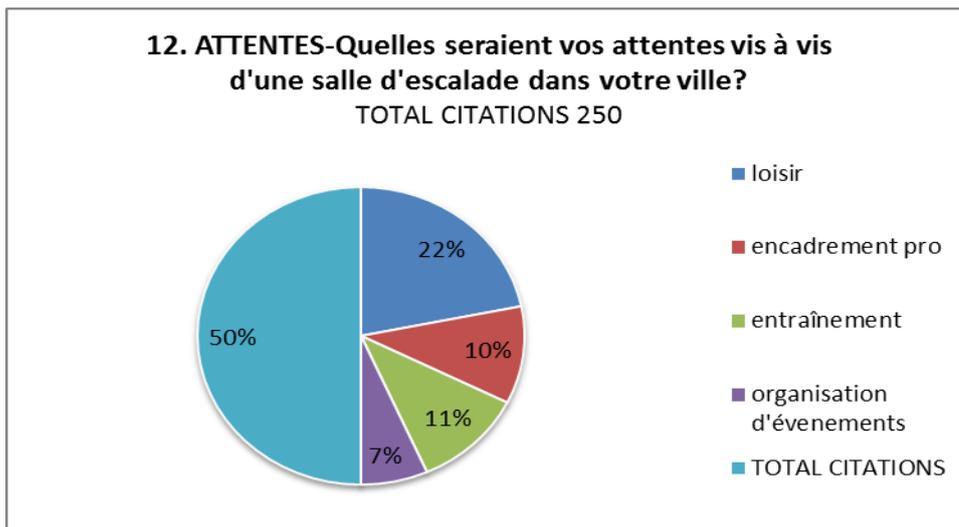
Environ 18 % de pratiquants, surtout occasionnels; 80 % de "Non pratiquants" à convertir ...

Tableau n 5 : Questionnaire – 9. Locomotion



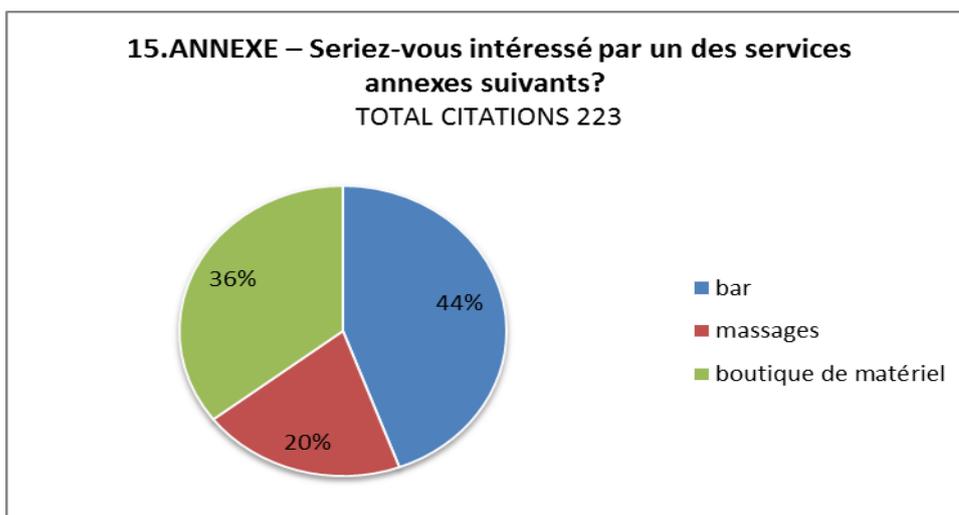
Près de 90 % semblent donc habitués à prendre un moyen de transport pour se rendre à leur activité sportive. Ce n'est donc pas un frein.

Tableau n 6 : Questionnaire – 12. Attentes



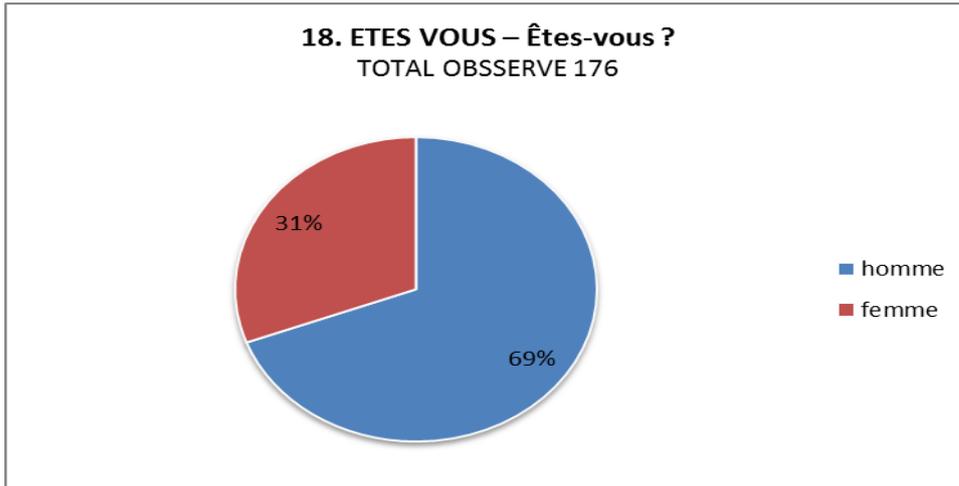
La fonction loisir domine et confirme l'approche "sport sans contrainte" ; mais les attentes en faveur d'un "sport organisé" sont bien là.

Tableau n 7 : Questionnaire – 15. Annexe



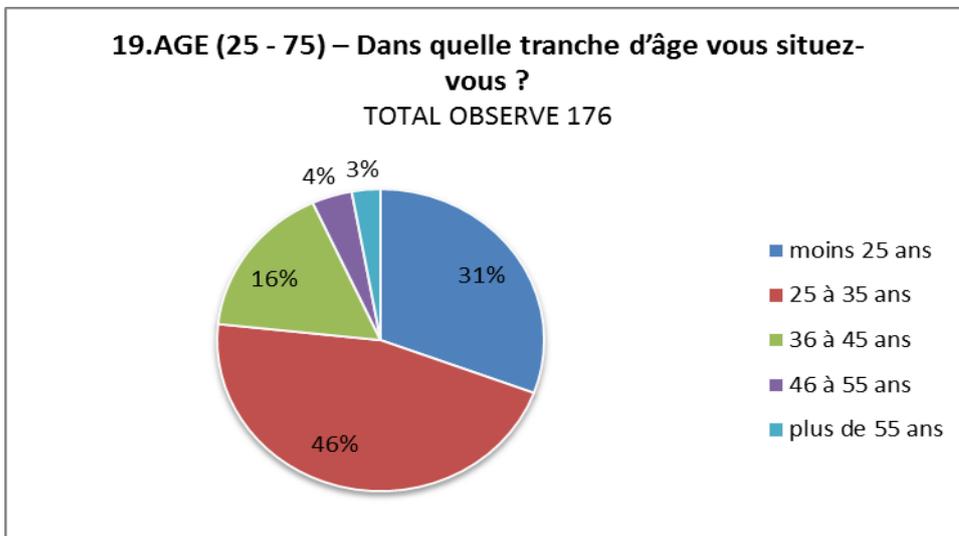
Ces activités semblent se dégager et confortent l'image conviviale qui semble attendue de cette activité (à rapprocher des "attentes" Q12).

Tableau n 8 : Questionnaire – 18. Êtes-vous



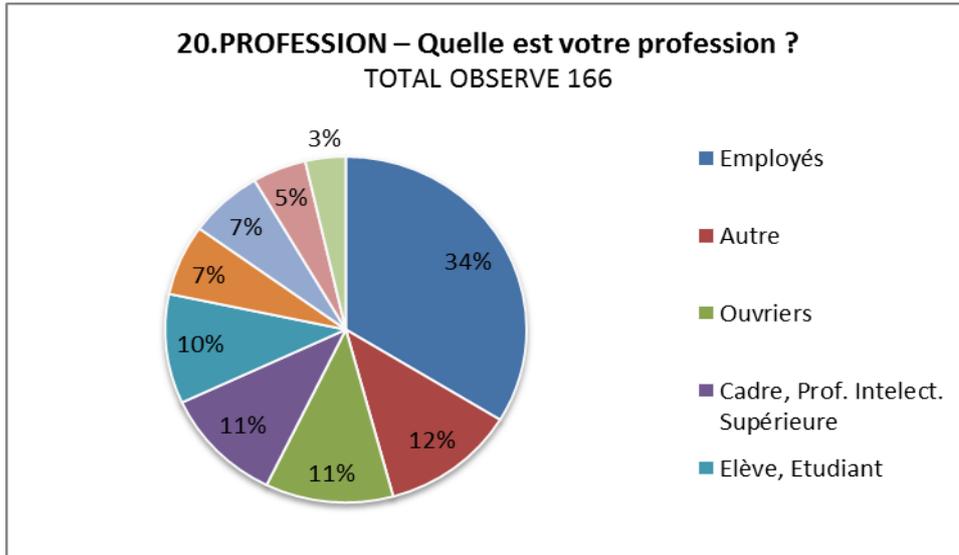
Nous constatons actuellement une surreprésentation des hommes dans notre échantillon.

Tableau n 9 : Questionnaire – 19. Age



Les plus des 35 ans sont encore sous-représentés, mais l'échantillon actuel correspond assez bien au cœur de cible de notre activité.

Tableau n 10 : Questionnaire – 20. Profession



L'échantillon est équilibré (il n'y a pas trop d'inactifs, étudiants, femmes au foyer, retraités). Cela nous permet de s'intéresser à un public doté d'un pouvoir d'achat, ce qui valorise les réponses concernant les tarifs.

Les réponses "autres" concernent semble-t-il des Professions intermédiaires (instituteurs, infirmières, commerciaux,..) dont le sens est souvent mal connu.

Influence technologique

Les facteurs technologiques ou bien les facteurs innovants représentent les tendances actuelles dans la recherche et le développement, la vitesse de changement technologique, de la fabrication, transport, stockage, les communications et technologies de l'information.

- L'innovation du matériel – les cordes plus résistantes, les nouvelles formes de prises, les nouvelles formes des modules, le développement des systèmes d'assurance – la facilité d'utilisation, une meilleure sécurité de la pratique de ce sport, une plus grande ouverture vers le public dit « laïque ».
- Stockage du matériel – le développement et les innovations dans la communication, transport et stockage nous permettent d'avoir un stock minimal. Nous pouvons commander du matériel souhaité via une structure de communication internet ou intranet dans un temps réel. Grâce à un transport rapide on peut assurer la livraison de ce matériel avec un délai minimal. Ce qui nous permet de diminuer le stockage réel quasiment nul.
- La salle doit être aménagée de façon à respecter la sécurité, mais également à favoriser l'échange, la communication donc de créer une atmosphère rassurante.

- Des vestiaires avec des casiers individuels permettent le rangement d'effets personnels pendant le temps de pratique. Les sanitaires séparés Homme – Femme - Handicapés et comportent des douches pour respecter l'hygiène.
- D'un regard plus technique nous pouvons aménager le comptoir central de façon à regrouper l'accueil, le bar, la caisse de la boutique. Il permettra de surveiller facilement l'ensemble : salle et boutique.
- Concernant l'administratif, une unité informatique sera nécessaire pour toute la gestion, comptabilité, fichier clients, caisse et équipement internet. Également il faudra installer un répondeur et fax qui sera utile ainsi qu'un modem Internet. La comptabilité peut être tenue au quotidien à la fermeture de la caisse pour faciliter l'inventaire de la fin du mois auprès d'un cabinet comptable.

2.4. Caractéristique de l'environnement d'une S.A.E. (Porter analyse)

C'est grâce à une analyse Porter, que nous allons pouvoir comprendre et déceler, l'environnement externe à notre entreprise. Cette analyse va permettre d'évaluer les ressources que détient la société pour mieux contrôler les sujets qui nous influence. Par cette évaluation, on peut identifier les points faibles et les points forts de notre organisation pour faire face à toutes les menaces externe. Cela aura une répercussion sur des services de meilleures qualités.

Le contexte concurrentiel emmène l'analyse PORTER à être représenté par 5 « forces »:

L'intensité de la rivalité entre les concurrents

L'identification des concurrents et de leur menace est une priorité. Une salle d'escalade s'intègre dans un milieu de sport et loisir. Ce secteur est concurrentiel. Il s'agit par exemple des salles de musculation, piscines, centres de sports et loisirs, des sociétés proposant des séjours de sport et découverte en plein air, des clubs de sport, des parcs aventures mais aussi d'autres salles d'escalade ou de bloc à proximité.

Il faut inventer un bon plan d'action pour lutter contre la concurrence. Il est difficile d'atteindre une bonne position stable sur le marché.

De nos jours nous subissons une concurrence permanente où les managers arrivent avec des idées originales pour attirer la plus vaste clientèle auprès d'eux.

La publicité, les diverses offres spéciales, promotions et avantages pour des clients existants ou potentiels de notre entreprise doit être plus efficace que celle de nos concurrents. Pour cela nous devons toujours agir et rester actif et innovant. Chaque idée qui peut mener à fidéliser la clientèle ou attirer une clientèle nouvelle est la bienvenue.

Par exemple nous pouvons organiser des événements pour attirer le plus vaste public et l'apprivoiser. L'organisation des journées de porte ouverte avec la formation basique en escalade gratuit. Présentation de nos services au public et offre d'échantillons sur d'autres services proposés par notre société. La journée est animée par de la musique agréable. Nous pouvons inviter les médias à participer à notre événement et ainsi continuer à attirer du public qui va en faire la publicité. Pendant la soirée nous pouvons organiser une compétition d'escalade pour les débutants comme pour les professionnels et montrer au nouveau public la beauté de ce sport. La soirée peut se terminer avec une grillade que les français apprécient beaucoup. Tout le monde aura de beaux souvenirs et reviendra avec plaisir et enthousiasme dans notre salle d'escalade. Ils auront certainement envie de faire partie de notre société conviviale.

Les bonnes attitudes du personnel embauché dans la S.A.E. ont aussi une importance majoritaire. La clientèle préfère faire du sport dans un endroit amical et agréable que dans un endroit strict, sévère et anonyme. Si on se sent bien dans ce milieu social, on revient souvent avec plaisir et on a moins tendance à changer d'endroit ou partir chez les concurrents.

La menace d'entrants potentiels sur le marché

La régulation du gouvernement peut influencer l'entrée de nouveaux concurrents sur le marché. Par exemple par le contrôle et la manipulation des fonds propres auprès des banques. Puis, si des banques ne peuvent plus fournir d'emprunts vers des concurrents potentiels entrants sur le marché, nous pouvons véritablement influencer le volume de la concurrence et ainsi les prix des services et produits sur le marché actuel.

Pour lutter contre des nouveaux entrants sur le marché nous devons bien organiser notre stratégie marketing. Nous devons nous concentrer sur la publicité, nous faire connaître au plus grand public pour gagner la meilleure place. L'image que nous souhaitons refléter est essentielle pour gagner une plus vaste clientèle.

Nous allons organiser des événements pour se faire connaître au mieux et avoir une bonne image simple et efficace. Par exemple nous pouvons organiser des journées portes ouvertes, des compétitions avec des démonstrations de nos services et produits proposés, des soirées thématiques (Noël, St. Valentin, Pâques, Soirée grimpe à la pleine lune etc.). Ces actions (bien sûr bien avisées pour faire venir le plus vaste public) vont nous permettre de gagner une nouvelle clientèle, de fidéliser la clientèle existante et ainsi de diminuer le risque de perte sèche de nos clients. Ou pire, la fuite de cette clientèle vers les nouveaux concurrents entrants sur le marché.

En dernier point nous devons toujours garder les tarifs et les prix de nos services et produits, assez accessibles à la clientèle ciblée. Nous devons démontrer à nos clients pourquoi c'est mieux de dépenser ses économies dans notre entreprise plutôt que dans celle de nos concurrents possibles.

Le pouvoir de négociation des clients

L'influence des clients est aussi marquée par de nombreux facteurs. Tous les clients ont des désirs un peu particuliers. Par exemple des besoins de la qualité dans les services demandés et donc les services offerts doivent être, eux aussi, variés et à la hauteur. Le nombre de clients d'une salle d'escalade est aussi important surtout par rapport aux autres concurrents dans le même domaine. Comme par exemple une salle de gym ou une piscine.

Si les services proposés sont trop chers, nous prenons le risque de perdre les clients qui préféreront payer moins pour des services similaires chez nos concurrents.

Dans le cas d'existence d'une autre S.A.E. concurrentielle dans une même ville, nous risquons aussi la perte de la clientèle si nos services sont standardisés. Nous devons alors battre la concurrence par des actions commerciales ou du marketing variés pour fidéliser nos clients et gagner de nouveaux clients.

Une loyauté importante de la clientèle – les clients existants sont habitués aux services et produits que nous leur proposons. Ils connaissent l'endroit, ils se sont déjà habitués. Ils ont fait des rencontres dans ce milieu social de la salle d'escalade et ils sont contents de les revoir pendant ses séances d'entraînement. Ces clients fidélisés sont habitués à consommer boisson et encas sur place durant leur visite et achètent leur matériel dans la salle en étant loyal et sympathique à l'entreprise.

Le pouvoir de négociation des fournisseurs

Pour pouvoir créer une S.A.E. habile sur la maintenance d'un bon fonctionnement il faut bien négocier avec les fournisseurs. Premièrement il faut choisir les fournisseurs qui nous conviennent le mieux sur le marché.

Pour avoir de la sécurité nous allons choisir les fournisseurs de matériel connus et puis nous allons prévoir une vérification de la qualité de leurs produits. Par exemple les cordes pour grimper dans la salle doivent promouvoir une qualité supérieure et une longue durée de vie d'amortissement, car elles vont nous servir pendant une longue période et les clients qui vont s'en servir pour escalader doivent toujours rester en sécurité optimale. Il faut prévoir un rendez-vous avec le fournisseur pour la présentation de ses produits. Si nous trouvons plusieurs fournisseurs du même produit souhaité sur le marché, nous pouvons choisir aussi selon la qualité, la gamme et le nombre des produits proposés. En cas de commande de plusieurs types de matériel ou de produits auprès d'un fournisseur, nous pouvons négocier avec lui des promotions, des offres ou d'autres avantages commerciaux. Le fournisseur aspire lui aussi à nous fidéliser comme son client privilégié.

Nous pouvons faire des partenariats avec nos fournisseurs. En échange de publicité, nous aurons droit à des réductions sur leurs produits. Nous pouvons signer avec eux un contrat d'exclusivité. Cela leur permettra d'éviter de la concurrence dans notre magasin. Ils éviteront ainsi un intermédiaire de distribution supplémentaire, comme dans la commerce classique. Ces couts supplémentaires en moins leur permettront de pratiquer des prix professionnels plus bas.

Les produits et les services de substitution

Les produits et les services de substitution pour une S.A.E. représentent des produits et des services des concurrents qui peuvent remplacer les services proposés par la S.A.E. Ce sont par exemple des salles de gym, des piscines ou un centre des loisirs de plein air qui ont alors une fonction de satisfaction des clients similaire. Ces services deviennent alors concurrentiels et ont une influence importante sur la S.A.E.

Pour lutter contre cette concurrence nous pouvons organiser des événements variés qui nous feront de la publicité, attireront l'attention du public et peuvent aussi causer une certaine fidélisation de cette clientèle. Il faut viser à sublimer le client, le motiver pour notre sport proposé, l'intéressé plus que les services de substitution.

Conclusion

L'analyse PEST et PORTER nous ont permis de comprendre les contraintes que nous imposent tous les éléments extérieurs à l'entreprise. Il en résulte la menace que peut représenter la concurrence ou les services de substitution. Pour rester compétitifs, l'entreprise devra fournir un effort permanent d'innovation et être à l'écoute des souhaits du client pour améliorer son service.

3. BUSINESS PLAN DE LA CREATION D'UNE SALLE D'ESCALADE

Créer une salle d'escalade est une affaire bien réfléchi, basée sur de nombreuses recherches et études. Nous devons trouver des sponsors, des associés et négocier l'emprunt auprès d'une banque. Nous allons ainsi devoir présenter un projet de création de la S.A.E. et justifier sa rentabilité. Il est primordial de bien présenter la forme juridique, les objectifs de l'organisation et les moyens pour les atteindre. D'après l'étude de marché nous allons trouver les meilleures possibilités pour satisfaire notre future clientèle. Nous pourrions prévoir l'offre des produits, les services et leurs prix.

3.1. Présentation du projet

Nous allons tout d'abord présenter le projet de la création de la salle d'escalade en expliquant les objectifs visés, tout comme notre mission. Puis nous nous intéresserons aux créateurs du projet en les présentant et en expliquant leurs divers rôles.

3.1.1 Contenance du projet

L'évolution de la société, les nouvelles technologies, le changement de rythme de travail (laissant de plus en plus de place aux loisirs), la nécessité de proximité, ont favorisé la propagation des pratiques sportives en milieu urbain. Le développement des loisirs verts et des sports de pleine nature s'est accentué et, avec eux, les "falaises artificielles" en salle ont vu le jour. Pouvant reproduire tous les profils naturellement existants, la structure artificielle, de 3 à 20 m de hauteur, permet d'envisager toutes les formes de pratiques ludiques ou pédagogiques (loisir, entretien, sport de complément, d'entraînement ou de compétition). Elle permet également d'accueillir tout public, toute l'année, sans se soucier de la météo.

Notre mission sera de permettre au plus grand nombre de gens de découvrir ou de partager cette activité, en toute sécurité. Développer et démocratiser la pratique de l'escalade dans le département. Pour cela, nous allons favoriser différentes pratiques.

L'escalade pour tous, l'escalade loisir

L'escalade a l'avantage de pouvoir décliner sa pratique pour toutes les catégories d'âge. Il en est d'autant plus vrai pour les salles privées car elles détiennent les moyens techniques et structurels pour pouvoir s'adapter au mieux aux désirs et aux aspirations des différents clients. Cela permet à un jeune enfant tout comme à une personne âgée

de trouver satisfaction. L'escalade en salle devient alors un loisir ou le plaisir l'emporte sur la performance.

Favoriser le développement des jeunes

A travers des cycles pédagogiques dans le cadre scolaire, l'escalade permettra aux élèves d'acquérir des notions sociales fondamentales telles que l'entraide, l'engagement, la responsabilité mais aussi de développer leur perception psychomotrice (coordination, orientation spatiale, vertige, la balance...) et cela en toute sécurité.

A travers l'école d'escalade, l'enfant, dès 5 ans, pourra découvrir la dimension verticale puis ensuite évoluer et avoir accès aux compétitions, s'il le désire.

Favoriser l'ouverture de l'activité aux handicapés

L'infrastructure sera aménagée pour l'accueil des personnes handicapées. A partir de séances pédagogiques ou de stages d'initiation, ils pourront acquérir la confiance en soi, l'autonomie, le plaisir du sport. Cela pourra leur permettre d'intégrer le milieu des sports dits à risque, en toute sécurité.

Promouvoir l'image de l'escalade à Carcassonne

Par l'organisation de compétitions, d'événements, de manifestations sportives, nous ferons découvrir l'escalade urbaine.

3.1.2 Constitution de l'entreprise

Deux associés sont suivants:

Klara ELISOVA, 24 ans, étudiante de l'université Palacky à Olomouc, option langue française en économie appliquée, ancien membre d'équipe d'une salle d'escalade, compétitrice, membre d'un club d'escalade

Yannick DEPRAUW, 39 ans, Brevet d'état Sport pour Tous, Directeur de centre de vacances, impliqué dans le milieu associatif depuis 20 ans

3.2. Forme juridique, capital, étude financière

Dans cette partie nous allons voir la forme juridique de la nouvelle S.A.E., son capital et l'investissement. Notre entreprise s'appelle Sarl LEMUR. C'est une forme juridique simple et souple, aux risques limités. Cela nous permet de faire appel à des partenaires pour nous apporter un complément de capital et ainsi limiter notre emprunt auprès de la banque.

La SARL a pour objet :

L'exploitation d'une structure d'escalade, l'encadrement, la formation, ainsi que l'organisation de stages et événements tout public ; l'accompagnement et l'organisation de toutes sorties, séjours ayant un rapport avec les sports de plein air et extrêmes ; l'achat, la vente, l'import, l'export, la conception, la fabrication et la commercialisation de tout objet, vêtement et matériel concernant les sports de plein air ; la vente de boissons et encas à consommer sur place.

Tableau n 11 : Statut des associés et capital de la S.A.E.

<u>Statut des associés</u>	<u>Capital de 75 000</u>
<ul style="list-style-type: none">• Les créateurs détiennent de façon majoritaire 58 % des parts sociales.• M. DEPRAUW Yannick détiendra 30 % des parts sociales.• Mlle. ELISOVA Klara détiendra 28 % des parts sociales.• Les associés détiendront, 20 % des parts sociales.• La Sarl ALTISSIMO détiendra 22 % des parts sociales.	<ul style="list-style-type: none">• La SARL a un capital de 75 000 €.• M. DEPRAUW Yannick apporte 22 500 €• Mlle. ELISOVA Klara apporte 21 000 €• Les associés apporteront 15 000€• La Sarl ALTISSIMO apporte 16 500 €.

La gérance sera effectuée conjointement entre les créateurs, M. DEPRAUW et Mlle. ELISOVA. Nous posséderons l'essentiel des pouvoirs, mais la consultation des associés sera permanente.

3.3. Étude financière

En estimation du budget, nous devons calculer le prix de la structure escalade, de l'aménagement intérieur, de l'achat des marchandises, des diverses frais et de fond de déroulement. L'investissement sera composé de l'apport des créateurs, des associés, des fournisseurs, sponsors et de l'emprunt de la banque.

Investissements

Le budget total de ce projet s'élève à 281 000 € et se décompose comme suit :

Tableau n 12 : Budget et l'investissement

Budget		Investissement	
Structure escalade	170 702 €	Apport des créateurs	37 500 €
Aménagement intérieur	95 363 €	PFIL	25 000 €
Achat marchandises	3 000 €	les associés	15 000 €
Frais divers	2 000 €	SARL Altissimo	16 500 €
Fond de roulement	9 700 €	Emprunt banque	138 000 €
TOTAL	280 765 €	Autre (EDF, Altissimo)	49 000 €
		TOTAL	281 000 €
		Apport en nature	6 000 €

Fréquentation et potentiel

- Le calcul du CA se base sur des estimations de fréquentation. Elles sont fondées avec les divers chiffres des études que nous avons obtenues.

Nous avons étudié deux suppositions d'étude financière:

- La première est basée sur un fort démarrage de la fréquentation, privilégiant l'encadrement par rapport à la boutique.
- La deuxième traduit un travail commercial plus accès vers la vente de matériel et accessoires.

Tableau n 13 : Supposition 1 et Ibis

Entrées	100 674 €
Bar	8 487 €
Boutique*	2 805 €
École d'escalade	14 181 €
Stages Adultes	5 298 €
Stages Enfants	34 845 €
Groupes	13 245 €
TOTAL CA	179 535 €

Estimation de fréquentation moyenne pour les abonnements :

SUPPOSITION 1 au mois : 1 fois/semaine – 4 sem ½ /mois soit 5 entrées

à l'année : 2 fois/semaine – 48sem/an soit 96 entrées

carte : 10 entrées

Tableau n 14 : SUPPOSITION 1

€	SEANCE	MOIS	ANNEE	CARTE	Fréquentation
ADULTE	1400	36	86	145	11286
REDUIT	900	96	65	415	11770
COUPLE	52	5	20	24	4474

Soit un total de **26 842** entrées
Soit une moyenne de **73** pers/jour

Les groupes comprennent les écoles et les centres de loisirs, soit 264 groupes représentant 3168 enfants.

Soit un total cumulé de **30 010** entrées
Soit une moyenne de **82** pers/jour

SUPPOSITION 1^{bis} au mois : 1 fois/semaine – 4 sem ½ /mois soit **5** entrées
à l'année : 1 fois/semaine – 48sem/an soit **48** entrées
carte : **10** entrées

Tableau n 15 : SUPPOSITION 1^{bis}

€	SEANCE	MOIS	ANNEE	CARTE	Fréquentation
ADULTE	1400	36	86	145	7158
REDUIT	900	96	65	415	8650
COUPLE	52	5	20	24	2554

Soit un total de **17 674** entrées
Soit une moyenne de **48** pers/jour

Les groupes comprennent les écoles et les centres de loisirs, soit 264 groupes représentant 3168 enfants.

Soit un total cumulé de **20 842** entrées
Soit une moyenne de **57** pers/jour

Tableau n 16 : Supposition 2 et 2bis

Entrées	92 473 €
Bar	8 487 €
Boutique*	11 006 €
École d'escalade	14 181 €
Stages Adultes	5 298 €
Stages Enfants	34 845 €
Groupes	13 245 €
TOTAL CA	179 535 €

Estimation de fréquentation moyenne pour les abonnements :

SUPPOSITION 2 au mois : 1 fois/semaine – 4 sem ½ /mois soit **5** entrées

à l'année : 1 fois/semaine – 48sem/an soit **48** entrées

carte : **10** entrées

Tableau n 17 : SUPPOSITION 2

€	SEANCE	MOIS	ANNEE	CARTE	Fréquentation
ADULTE	800	35	85	145	6505
REDUIT	1 500	96	65	312	8220
COUPLE	52	5	17	24	2266

Soit un total de **16 303** entrées
Soit une moyenne de **44** pers/jour

Les groupes comprennent les écoles et les centres de loisirs, soit 264 groupes représentant 3168 enfants.

Soit un total cumulé de **19 471** entrées
Soit une moyenne de **53** pers/jour

SUPPOSTION 2^{bis} au mois : 1 fois/semaine – 4 sem ½ /mois soit **5** entrées

à l'année : 2 fois/semaine – 48sem/an soit **96** entrées

carte : **10** entrées

Tableau n 18 : SUPPOSITION 2^{bis}

€	SEANCE	MOIS	ANNEE	CARTE	Fréquentation
ADULTE	800	35	85	145	10585
REDUIT	1 500	96	65	312	11340
COUPLE	52	5	17	24	3898

Soit un total de **25 135** entrées
 Soit une moyenne de **68** pers/jour

Les groupes comprennent les écoles et les centres de loisirs, soit 264 groupes représentant 3168 enfants.

Soit un total cumulé de **28 303** entrées
 Soit une moyenne de **77** pers/jour

Tableau n 19 : Estimation du CA

Estimation du Chiffre d’Affaire	
La population de Carcassonne et de l’agglomération environnante :	<i>70000 personnes</i>
L’étude de faisabilité : réalisé auprès de 200 personnes :	<i>20% des personnes interrogés pratiquent l’escalade</i>
La fréquentation d’autres salles d’escalade en France	<i>de 70 à 150 pers/jour</i>
Le secteur associatif (C.A.F., F.F.M.E.)	<i>1 000 licenciés dans le département</i>
Le total clients est estimé à 2680 personnes, soit 16 300 entrées	<i>Soit une moyenne de 44 pers/jour</i>

Tableau n 20 – Montant estimatif du CA par poste

Voici, par poste, le montant estimatif du chiffre d’affaire	
Entrées	92 473 €
Bar	8 487 €
Boutique	11 006 €
Ecole d’escalade	14 181 €
Stages Adultes	5 298 €
Stages Enfants	34 845 €
Groupe	13 245 €
TOTAL CA	179 535 €

Rentabilité

Notre étude nous montre que ce projet est viable. L’investissement de départ peut paraître conséquent pour cette activité, mais cette structure d’escalade à une durée de vie de plus de 10 ans. Des aménagements complémentaires ou des modifications ne seront pas nécessaire dans les 5 premières années de fonctionnement.

Avec une progression du C.A. estimée à 10 % par an, il apparaît des bénéfices dès la première année, ce qui est très encourageant. Notre seuil de rentabilité s’avère être à 10 % en dessous du chiffre d’affaire estimé soit une moyenne de 65 pers/jour.

Tableau n 21 – Répartition du CA par poste

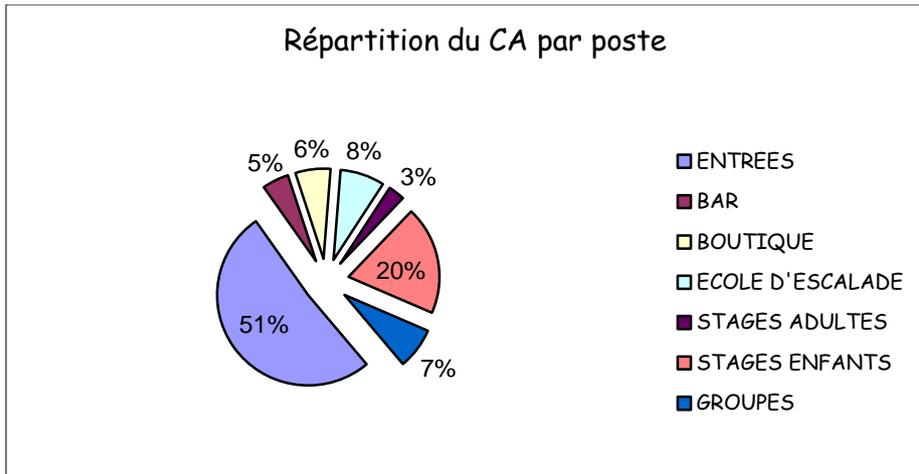
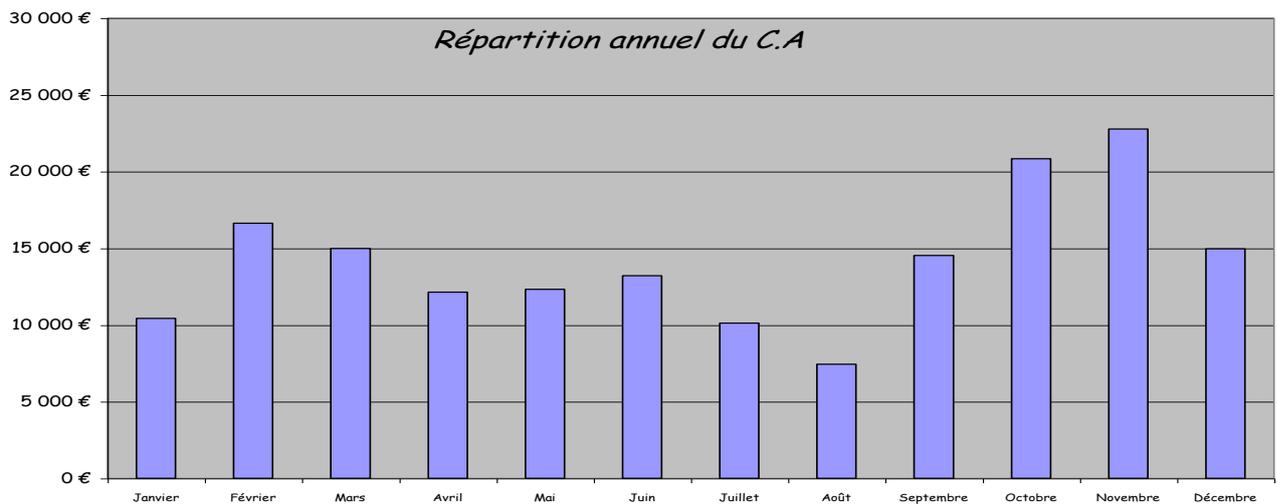


Tableau n 22 – Répartition annuel du CA par poste



3.2. Etude de Marché

Faisabilité

Le résultat de l'étude est trouvé par l'analyse du questionnaire [annexe 6]. Une partie de l'analyse du questionnaire se trouve dans la deuxième partie de mon travail de mémoire (l'influence socioculturelle) et une deuxième partie de cette analyse se trouve en annexe [7].

A. Les points forts

Les sondés sont très nombreux à pratiquer un ou plusieurs sports, ils s'intéressent de plus en plus aux nouveaux sports, individuels orientés vers la nature et les loisirs.

Même si le budget moyen consacré au sport reste assez faible, 78% des personnes interrogés sont prêts à payer 60 € par mois pour la pratique de leurs sports.

Environ 60 personnes pratique l'escalade de manière occasionnelle ou régulière ce qui correspond à 20% de la population ciblée. Ainsi ce score réapparaît dans la question (seriez-vous intéressés par l'ouverture d'une salle d'escalade dans votre ville ?) Nous pouvons constater aussi que 47% de la population interrogée serait assez favorable à l'ouverture de cette salle.

La distance n'a pas l'air d'être un frein pour la pratique du sport aux yeux de sondés. Le Site Internet paraît intéresser une majorité de personnes sondées.

B. Les points faibles

Les tarifs que les gens seraient prêts à mettre pour pratiquer l'escalade sont assez faibles. Cependant pour les adultes ce prix psychologique peut changer: Les tarifs pratiqués seront décisifs, mensuel, trimestriel, par carte ...

Il faut se poser une question importante : les personnes pratiquant un sport seront-elles prêtes à l'abandonner pour la pratique de l'escalade? De même seraient-elles prêtes à pratiquer deux sports? Pour cela il faut créer des offres attractives pour attirer la clientèle potentielle.

Localisation

Nous souhaitons nous implanter sur la commune de Carcassonne, au sein de la ville de Carcassonne. Cette localisation, au cœur de la ville, proche de la station bus et bien accessible pour les voitures en ville par la route principale comme pour les arrivants passant par la voie rapide. Elle permet ainsi un accès facile à tout le monde. Quatre lignes de bus s'arrêtent à proximité mais également la possibilité d'un stationnement aisé.

Visible de loin grâce à la hauteur de son bâtiment, c'est un emplacement idéal pour la clientèle touristique qui, venant à Carcassonne, passe généralement par cette route principale de la ville.

La demande

C'est un point essentiel pour concrétiser l'ouverture d'une salle d'escalade.

L'escalade ne repose pas sur un phénomène de mode, mais bien sur un marché répondant à une demande croissante.

Le sondage que j'ai effectué [cf. annexe 7] sur la commune de Carcassonne pour mon travail de mémoire montre que :

- 68 % de la population pratique un sport de pleine nature

- 54 % de la population serait intéressée par l'escalade en salle dont 44% en tant que loisir.
- 20 % de la population pratique l'escalade régulièrement ou occasionnellement.

De source INSEP, l'escalade est un sport que les enfants découvrent de plus en plus à l'école, il en est devenu le quatrième sport en matière de pratique scolaire.

Ce milieu, de l'école primaire au lycée, constitue un potentiel de clientèle non négligeable. Les démarches que les créateurs de la S.A.E. ont entreprises auprès de la Mairie de Carcassonne et des directeurs d'établissement scolaires, ont prouvées une réelle attente.

La Sarl LEMUR sera également en contact avec les universitaires à Carcassonne ainsi qu'avec le centre Jeunesse et Sports, afin d'accueillir des cycles de formation.

Les comités d'entreprise font aussi parti du potentiel de LEMUR. La S.A.E. va contacter différents entreprises du département en leur présentant et offrant différents services proposés.

Les établissements spécialisés tels que les I.M.E., I.M.P.R.O., C.A.T. ou des structures privées sont en demande d'activités encadrées et adaptées aux besoins ; pour des personnes atteintes de déficience mentale légère et moyenne, handicapé physique génétique ou accidentel.

La Sarl LEMUR ciblera les initiés grâce à sa présence dans le milieu associatif, leur demande d'une structure adaptée à leur disponibilité et à l'entraînement étant croissante, leur participation viendra d'elle-même.

L'escalade telle que notre société la conçoit est une activité qui peut se faire seul, en couple, entre amis ou en famille, tous les niveaux étant présents au sein de notre salle.

La concurrence :

Comme je l'ai évoqué précédemment, le marché des salles privées est encore vierge sur Carcassonne, de ce fait, la concurrence est indirecte.

Il s'agit essentiellement de sociétés proposant des produits de plein air avec des journées découvertes en extérieur, ou encore, des parcours aventures. Cependant, elle reste très faible puisque ces sociétés sont saisonnières.

Également dans les concurrents de LEMUR: les clubs d'escalade. Ils ont des tarifs plus faibles mais des structures anciennes et des horaires d'accès restreints par rapport aux exigences actuelles. Cependant, sans pour autant délaisser leur club, les licenciés viendront chercher un complément ; ils constituent également une clientèle pour notre salle.

3.3. Produits et services de la salle d'escalade

En rapport avec les objectifs de la nouvelle société, les activités et les différents produits et services que cette société va proposer sont le résultat d'une réflexion très détaillée. L'étude du marché, les besoins de la population et la réalité économique sont les outils.

L'activité principale, l'escalade, sera le support des offres de services de la S.A.E. De la pratique de loisir à la compétition, de l'apprentissage à la réinsertion, la salle LEMUR accueillera tous les publics.

Pour créer une atmosphère conviviale, un espace bar-terrasse sera implanté où la vente de boissons et d'encas participera à l'ambiance de ce lieu (rien de tel que discuter en prenant un rafraîchissement ou autour d'un café bien chaud). Afin de répondre à l'ensemble de la demande, la S.A.E. va établir les détails de son offre.

Tableau n 23 - Tarifs

€	SEANCE	MOIS	ANNEE	CARTE
ADULTE	9	40	335	80
REDUIT	6,5	30	250	60
COUPLE	15	75	585	135
GROUPES	60	<i>sur devis</i>	<i>sur devis</i>	

Les produits en détails

1. Les entrées libres

- Le plein tarif adulte
- Le tarif enfant
- Le tarif étudiant
- Carte 10 entrées

<i>Avantages</i>	<i>Inconvénients</i>
Horaires d'ouverture	Prix
Possibilité de progression	Pratique en club
Sécurité	
Accueil	

2. L'école d'escalade

- Les différents âges (5-7, 8-10, 11-13, 14-17)
- Les objectifs : Apprentissage d'un sport, découverte d'un milieu, d'une éthique
- Les tarifs

- Les horaires d'accès
- Les sorties

<i>Avantages</i>	<i>Inconvénients</i>
Encadrement diplômé Pédagogie adaptée Cours réguliers	Créneaux horaires (suivant catégorie)

3. La section compétition

- Les entraînements
- Les stages
- Les sorties

<i>Avantages</i>	<i>Inconvénients</i>
Dynamisme Outil de travail Encadrement	Temps de création de l'équipe

4. Les stages jeunes pendant les vacances

- Vacances de Pâques
- Vacances d'été
- Vacances de Toussaint

<i>Avantages</i>	<i>Inconvénients</i>
Convivialité Prix	Unidisciplinaire

5. Les stages adultes

- Débuter / progresser
Stages de découverte, d'apprentissage, de perfectionnement aux techniques d'escalade
Cours en salle, avec une sortie falaise à la fin du stage
- Apprentissage du rocher

<i>Avantages</i>	<i>Inconvénients</i>
Pédagogie progressive Encadrement diplômé Sortie falaise Autonomie	Ne s'adresse qu'aux débutants ou peu pratiquants

6. Les rencontres sportives et les événements

- Les compétitions officielles
Le championnat départemental
Le championnat régional
- Les rencontres amicales
L'ouverture de la saison (septembre), La fin de saison (mai)

- Les événements (La fête du sport, les différents salons)

<i>Avantages</i>	<i>Inconvénients</i>
Convivialité	Organisation
Image	Rapport financier
Propagation	

7. Les possibilités d'encadrement à la demande

- La location de structure
- L'encadrement d'individuel à la prestation

<i>Avantages</i>	<i>Inconvénients</i>
Suivi clientèle	Concurrence
Convivialité	Prix

8. Les boissons et encas

- Les consommations
 - Boissons chaudes (thé, café)
 - Boissons froides (cannettes métalliques)
 - Les en-cas (produits emballés : barres céréales, snickers, twix)

<i>Avantages</i>	<i>Inconvénients</i>
Accueil	Peu de variété de produits
Convivialité/détente	Espace réservé
Espace réservé	

9. La boutique

La vente du vêtement et de matériel d'escalade est un service supplémentaire que Sarl LEMUR va proposer. La S.A.E. va collaborer avec PETZL (le plus grand fabricant français de vêtement et du matériel d'escalade, via ferrata et alpinisme), Andrea Boldrini (fabricant français de chaussons et de vêtement d'escalade), BEAL (fabriquant des cordes) et avec DECATHLON (magasin français de sport).

La relation de la S.A.E. avec les pratiquants devra lui permettre de proposer des produits adaptés et compétitifs. Le client pourra tester son matériel sur le mur d'escalade avant de l'acheter. Cela donnera à LEMUR la possibilité de l'adapter facilement à la demande. La nouvelle organisation fonctionnera à flux tendu car elle a des délais d'approvisionnement très rapide (48H en moyenne garantie par les fournisseurs), cela lui permet d'avoir un minimum de stock et donc peu d'argent immobilisé.

De plus, la concurrence est faible. Il n'existe à Carcassonne que 3 magasins où l'on peut trouver du matériel d'escalade (Décathlon, Intersport, La Montagne). Ce sont des généralistes de sports de plein air.

- Le matériel de sécurité, cordes et les accessoires
- Les vêtements
- Les chaussons d'escalade
- Un catalogue fournisseur

<i>Avantages</i>	<i>Inconvénients</i>
L'utile à portée de mains Prix Choix adapté aux besoins	Essentiellement de l'escalade

La boutique de LEMUR se veut être un Plus pour les clients qui pourront trouver facilement les produits propre à leur développement dans l'activité avec des conseils de gens passionnés et compétents.

3.4. Moyens

Nous verrons deux types de moyens – les moyens techniques et les moyens humains. Ici nous allons voir plus précisément l'organisation structurelle de la salle d'escalade.

3.4.1. Moyens techniques

Les moyens techniques représentent la production, comment organiser l'intérieur de la S.A.E.. Ensuite, nous allons parler d'un point de vue commercial, comment aménager l'intérieur et l'espace comptoir. Puis, nous allons parler de l'organisation administratif.

Production

La structure artificielle, qui formera le cœur de ce projet, est une réalisation complexe de par la variété de ses formes mais aussi par les nombreuses normes de sécurité auxquelles elle doit répondre. D'une surface totale de 1 000 m², cette structure se présente en deux zones : la première 800 m², d'une hauteur de 10 m, qui sera consacré à l'escalade avec cordes, la deuxième, 200 m², d'une hauteur de 4.10 m qui sera une zone d'escalade de blocs.

Tableau n 24 – Production – Profils, Lignes, Prises, Bloc

Les profils	Les lignes
4 profils pour débutants	20 à 27 lignes pour débutants
2 profils identiques pour la vitesse avec un dévers moyen	12 à 15 lignes en dévers moyen
1 profil gros dévers avec toit de 6 à 7 m d'avancée	7 à 10 lignes en gros dévers
Les prises	Le bloc
environ 7 000 au total composé de 3 marques différentes	200 à 250 m ²
Elles doivent être variées, de 450 à 500 modèles	extensible à 400m ²
La densité de prises au m ² change suivant la difficulté :	
: débutant 7 à 8, moyen 5 à 6, bon, T.bon 3 à 4, bloc 12 à 15	

1 couleur par voie, pas plus de trois voies par ligne pour permettre une bonne lecture de l'itinéraire. Les itinéraires (voies) doivent être repérables par couleurs de prises.

3.4.2.Ressources humaines

Dès l'ouverture, la Sarl LEMUR va posséder de deux employés – Yannick (en fonction de gérant et moniteur breveté) et Klara (accueil, bar, boutique, organisation des évènements). Nous allons recruter encore deux personnes, possédant le Brevet d'Etat d'Escalade, à temps plein.

Dans les tâches administratives, nous aurons recours à un cabinet d'expert-comptable pour la gestion financière.

Rôle de chacun

Klara pour les événements, le développement, la gestion de l'activité

Yann pour l'organisation, l'administratif, la gestion de l'activité, l'encadrement

2 *Brevets d'Etat* pour l'encadrement, la gestion des voies

Action commerciale

1) Se faire connaître

Nos actions publicitaires se développeront dans l'ensemble du département. Elles seront plus appuyées sur Carcassonne et dans un rayon de 30 km autour.

Nous utiliserons plusieurs moyens de communication pour le lancement :

Nous ferons des cartes de visites ainsi qu'un papier à entête .Un site Internet sera créé.

Nous participerons à des foires et salons : Carcassonne, Thuir, Toulouse, Perpignan...

Certaines opérations seront renouvelées régulièrement.

2) Vendre

Il faut des produits attractifs pour faire découvrir ce lieu. La convivialité devra régner, cela permettra aux clients de se sentir comme chez eux. En conservant le juste prix, nous proposerons des facilités de paiement.

3) Fidéliser

Une carte d'adhésion sera mise en place pour chacune des personnes venant pour la troisième fois et pour tout abonnement.

Des cadeaux pourront être faits aux meilleurs clients (tee-shirt, autocollants, réduction sur produits annexes).

Un accueil soigné et agréable, la bonne humeur et de la convivialité sont les clés essentielles pour fidéliser la clientèle.

4) Commercial

Les voies devront être variées, facile à lire (je sais où je vais) et changées régulièrement. L'implication de clients passionnés dans cette tâche sera un moyen de fidélisation.

Le décor général de la salle sera agréable et doux.

5) Évènementiel

Proposition des différentes manifestations organisées dans notre salle.

Certains de ces événements seront habilités par la Fédération Française de la Montagne et de l'Escalade (FFME) en collaboration de nos partenaires.

- L'ouverture : Challenge interne, promotion de la salle
- Tour de Bloc Étape du challenge régional de bloc
- Ouverture de la saison. Challenge interne
- UNSS .Championnat du sport scolaire en coopération avec l'éducation national
- La journée porte ouverte, présentation, workshop, promotions

Conclusion

Notre Business plan nous a permis d'établir correctement une étude de marché ainsi qu'une étude financière qui nous a prouvé la faisabilité et la viabilité de notre projet. Il en résulte une possibilité d'amortissement sur l'investissement dès la fin de la troisième année d'ouverture. Notre bénéfice peut alors amorcer une hausse exponentielle à partir de ce premier cycle ce qui nous permet de réinvestir rapidement si l'entreprise en nécessite les besoins.

CONCLUSION

Se lancer dans l'entreprise d'ouvrir une salle d'escalade en France comporte un certain nombre de problématiques qu'il a fallu bien détecter. Une fois définies nous avons procédé à une analyse scrupuleuse afin de pouvoir les maîtriser et en apporter des solutions. C'est seulement si nous sommes dans la capacité de répondre à tous les problèmes que nous pouvons avoir une perspective positive à notre projet.

Nous avons pu à travers mon travail de mémoire traiter l'ensemble de la problématique infligé à une personne désirant concrétiser cette ambition.

A commencer par la connaissance du sport dont il est sujet: l'escalade

Il en ressort de ce premier grand chapitre que seulement une personne qui pratique, voire mieux, qui est passionné pourra avoir une connaissance précise et exacte du sujet. Même si finalement l'escalade n'en est peut-être qu'à ses débuts, son développement fut rapide et donc dense. Rien ne vaut l'expérience de personne active dans le milieu depuis de nombreuses années.

Puis viennent à traiter tous les problèmes dûs au caractéristique d'une salle d'escalade. En analysant comment celle-ci est intégrée dans le paysage commercial nous nous apercevons vite que la concurrence avec les autres salles de sport de loisir au sein d'une cité est assez importante. Mais nous pouvons contrer cette problématique en prenant soin déjà de choisir une ville qui n'offre déjà pas cette prestation (ce qui est le cas de Carcassonne) et qui détient une zone de chalandise sur plusieurs dizaines de Kilomètres (précisant qu'il n'existe d'ailleurs aucune salle d'escalade sur tout le département concerné).

Il ne faudra tout de même pas renoncer les premières années à mettre tous les moyens en œuvre pour se faire connaître et faire découvrir cette activité aux néophytes.

C'est sur le plan financier que observons certainement le plus gros problème. Notre Business Plan nous a permis de les résoudre.

L'investissement est conséquent et l'aide de partenaires pour financer l'aménagement d'une salle d'escalade est obligatoire. C'est pour cela qu'il est impératif que notre étude de marché appuyée par une présentation de projet, doit être consciencieusement établie à travers un dossier. Celui-ci permettra de convaincre plus facilement les banques pour adhérer à l'entreprise.

Mais l'escalade ne fait-elle pas partie d'un phénomène de mode?

En se tournant vers le passé, on s'aperçoit vite que dans toutes les activités sportives les seules qui traversent toutes les modes sont celles qui sont portées par des hommes et des femmes qui n'ont pas peur d'entreprendre, afin de magnifier leurs passions et léguer aux générations futures le fruit de leur travail.

RESUME EN FRANÇAIS

Nous avons vu l'historique de l'escalade et aussi le développement des salles d'escalade. Nous avons appris en quoi consiste l'escalade, ses différentes techniques, les associations qui y sont affiliées et le mode de vie des pratiquants de ce sport. Cela nous a permis de comprendre ce sport dans sa complexité, voir son esprit et comprendre ce qui motive les gens à pratiquer l'escalade.

Nous avons segmenté les différents marchés du sport ce qui nous a mené à définir le marché des salles d'escalade, classer les gens par leur motivation dans différents sports et cibler la clientèle d'une salle d'escalade. Grâce aux caractéristiques de l'environnement externe et les éléments concernant la création d'une S.A.E. nous avons pu voir les influences spécifiques dont il faut tenir compte et lesquelles il faut respecter.

Ainsi nous avons pu lancer le plan de la création d'une salle d'escalade, expliquer le projet, et préciser l'organisation. Nous avons étudiés les produits et services proposés. Nous nous sommes basés sur une étude de marché pour mieux répondre à la demande de la future clientèle dans la localisation prévue. Sur un plan global nous avons compris pourquoi la création d'une nouvelle salle d'escalade en France est de nos jours rentable. Nous en avons conclu que le fonctionnement est viable pour ses créateurs et qu'il est porteur de création d'emploi dans la zone géographique étudiée.

RESUME EN TCHEQUE

Seznámili jsme se s historií horolezectví i s vývojem horolezeckých stěn. Dozvěděli jsme se, co je to horolezectví, co obnáší tento sport a jaké jsou jeho odvětví a techniky. Mohli jsme pochopit životní styl lidí, kteří se tomuto sportu věnují. Seznámili jsme se s několika francouzskými asociacemi, které jsou spojeny s horolezectvím a představují pro něj důležitý vývojový mezník.

První kapitola nám umožnila pochopit horolezectví v celé jeho šíři a komplexnosti, důležitost jeho poslání a tudíž porozumět tomu, co motivuje účastníky tohoto sportu k jeho vykonávání.

V druhé kapitole jsme rozdělili trh se sporty na různá odvětví, což nám pomohlo k definování trhu s horolezeckými stěnami, roztrždit sportovce podle jejich motivace v různých sportech a zaměřit tak cílovou skupinu veřejnosti pro odvětví horolezeckých stěn. Díky charakteristice vnějšího prostředí a jeho prvků ovlivňujících založení a chod horolezecké stěny, jsme si mohli všimnout specifických vlivů, které je třeba brát na zřetel, plnit je a respektovat.

Ve třetí kapitole jsme tedy mohli nastínit, formou business plánu, založení horolezecké stěny, představit projekt založení a vymezit jeho organizační strukturu. Představili jsme si nabídku produktů a služeb horolezecké stěny. Na základě průzkumu trhu jsme prostudovali očekávání budoucí klientely a vypracovali plán nabídky služeb a to v lokalizaci, kde plánujeme tuto horolezeckou stěnu založit. V obecném plánu jsme pak mohli porozumět, proč je ve Francii v dnešní době stavba horolezecké stěny rentabilní. Můžeme tedy shrnout, že založení a provozování horolezecké stěny je dnes ve Francii výnosnou investicí a že ve zkoumané geografické zóně představuje všeobecný přínos.

RESUME IN ENGLISH

We have got acquainted with the history of the climbing sport and the evolution of climbing walls. We have found out what the climbing sport is, what it involves and what its branches and techniques are. We could understand the life style of people who do this sport. We have got acquainted with few French associations that are related to climbing and mean for it an important milestone.

The first chapter enabled us to understand climbing in its whole range and complexity, the importance of its role and so we could understand what motivate people to do this sport.

In the second chapter, we have split the sport market into different branches that helped us to define the market with climbing walls, classify sportsmen according to their motivation in different sports and to aim the target group of public for the climbing wall branch. Thank to characteristic of external environment and its elements influencing the founding and working of a climbing wall, we could notice specific elements that have to be considered, fulfilled and respected.

In the third chapter, we could sketch out a business plan of founding a climbing wall, introduce its project and delimit its organizational structure. We have presented the offer of products and services of the climbing wall. On the basis of the market survey we have studied the future client's expectations and made out a plan of offered services in the place where we plan to found the climbing wall. In the general plan, we could see why the construction of a climbing wall in France nowadays is lucrative. So we can summarize that founding and running of a climbing wall is a profitable investment in France and that it represents a general benefit in the examined geographical area.

ANOTACE

Příjmení a jméno autora: Elisová Klára

Název katedry: Katedra romanistiky

Název fakulty: Filozofická fakulta

Název diplomové práce: Escalade en salle, nouveau phénomène en pleine expansion en France

Vedoucí diplomové práce: Mgr. Koníčková Šárka

Počet znaků: 90 166

Počet příloh: 14

Počet titulů použité literatury: 37

V této bakalářské práci se pojednává o rostoucím fenoménu výstavby soukromých horolezeckých stěn ve Francii a je zde také odůvodněn jeho vývoj. Cílem bakalářské práce je prokázat, že je v dnešní době přínosné založit a provozovat horolezeckou stěnu ve Francii, že má své uplatnění a místo na francouzském trhu, který dosud není tímto fenoménem přesycen. Dokázat proveditelnost a rentabilitu založení tohoto subjektu a jeho všeobecný zásadní přínos pro společnost. Práce je rozdělena do tří hlavních částí: teoretická, analytická a návrhová. V teoretické části jsou definovány základní pojmy, z ní poté vychází analytická a návrhová část.

Klíčová slova: horolezectví, sport, Francie, rozvoj, příroda

ANNOTATION

This thesis is about the growing phenomenon of constructing private climbing walls in France. The thesis also gives reasons of this development. The aim of this work is to prove the benefit of founding and running of a climbing wall in France nowadays and that it has its use on the French market, which is not oversaturated by this phenomenon. The second aim is to prove the feasibility and profitability of founding such an object and its general benefit to public. The thesis is divided into three main parts – theoretical, analytical and project part.

Keywords: climbing, sport, France, development, nature

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages

Brass P., *L'escalade de la salle aux grandes parois*, editeur Gléant Grenoble, 2008, ISBN : 2723458946

Lourens T., *Guide complet de l'escalade*, editeur De Vecchi Paris, 2007, ISBN : 2732887625

Verdier JP., Angonin D., *Escalade, s'initier et progresser*, editeur Amphora La Tour d'Aigues, 2004, ISBN : 2851806378

Broussouloux O., Guyon L., *Escalade et performance, Préparation et entraînement*, editeur Amphora, 2004, ISBN : 2851806556

Collectif CAF, *Le manuel de la montagne*, editeur Seuil Paris, 2004, ISBN : 2020686570

Glée N., Rousselet JP., *Escalade, initiation, progression, technique, sécurité, entraînement*, editeur Libris Grenoble, 2002, ISBN : 9782907781602

J.Grexa, M.Strachová, *Dějiny sportu : přehled světových a českých dějin tělesné výchovy a sportu*, Brno : Masarykova univerzita, 2011, ISBN : 978-80-210-5458-5

P.Kotler, *Marketing Management Analýza, plánování; recenze a kontrola*, Prentice Hall, Inc., 1991, ISBN: 80-8605-08-2

Magazines

GRIMPER octobre-novembre 2010, Printall AS, Grenoble, ISSN : 12514187

ESCALADEMAG N°40 mars 2011, SARL Press'Evasion, St. Chaptès, ISSN : 17773865

ESCALADEMAG N°Hors série 2010

ROCNWALL N°17 mars/avril 1998, Concerto Vertical SA, Grenoble, ISSN : 07696205

ROCNWALL N°20 sept/oct 1998, Concerto Vertical SA, Grenoble, ISSN : 07696205

PETZL catalogue N°2010, imprimé par Maestro en Italie

VERTICAL N°41 mars 2004, presse Gléant, Meylan, ISSN : 07696205

VERTICAL N°50 janvier/février 2005, presse Gléant, Meylan, ISSN : 07696205

Pages Internet

http://www.noed-escalade.com/dossiers/categorie_11_noeuds+amarrage.html,
13/01/2012

<http://www.sosclimb.com/Nouveau%20dossier/historique/historique.htm1>, 13/01/2012

<http://www.varappe.fr/pages/debuter.php>, 15/01/2012

<http://www.varappe.fr/pages/debuter/les-cotations.php>, 15/01/2012

<http://decouvrir.lescalade.free.fr/histoire.php>, 15/12/2011

<http://www.ffme.fr/>, 15/12/2011

<http://www.altissimo.fr/>, 20/02/2012

<http://www.ffcam.fr/federation.html>, 20/02/2012

<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/management-msp/marketing-situace-analyza-predikce-vyvoj/1001663/55094/#b12>, 09/04/2012

<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/management-msp/predikce-prostredi-strategicka-analyza/1001663/55095/>, 09/04/2012

www.chamonix.net/mont-blanc/escalade-fr.htm, 20/05/2011

www.whatsup.fr/, 20/05/2011

www.mur.mur.online.fr/, 20/05/2011

www.espacevertical.com, 20/05/2011

http://www.ensa-chamonix.net/index.php?option=com_content&view=article&id=211&Itemid=530,
6/11/2011

http://www.cstv.cz/sportovni_svazy.html /04/04/2012

<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/management-msp/marketing-rizeni-msp-komplexni-analyza/1001663/45239/>, 04/04/012

<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/management-msp/marketing-situace-analyza-predikce-vyvoj/1001663/55094/#b12>, /04/04/2012

<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/management-msp/marketing-rizeni-msp-analyza-informaci/1001663/45240/>, 04/04/2012

<http://www.deficreation.com/modules.php?name=Encyclopedia&op=content&tid=574>,
10/04/2012

<http://www.cci.fr/web/portail-acfci/accueil.jsessionid=C3F318F5104D9126CA41A8015DFA7247.node1>, 10/05/2012

SOMMAIRE DES IMAGES

Annexe [8] Patrick Edlinger suspendu d'une main, en solo au dessus d'une falaise. page 82, (dans le texte voir à la page 11)

Annexe [9] Fameux guide Gaston Rébuffat page 83, (dans le texte voir à la page 10)

Annexe [10] Équipement d'escalade page 83 (dans le texte à la page 18)

Annexe [11] Nœud de huit page 84 (dans le texte à la page 19)

Annexe [12] Construction d'une S.A.E. page 84

Annexe [13] A quoi ressemble une salle d'escalade page 85

Annexe [14] Cours d'école d'escalade page 85

SOMMAIRE DES TABLEAUX

<i>Tableau n 1 : Répartition récente d'escalade et de ses catégories</i>	<i>page 16</i>
<i>Tableau n 2 : Questionnaire – 1. Sport</i>	<i>page 30</i>
<i>Tableau n 3 : Questionnaire – 3. Budget</i>	<i>page 30</i>
<i>Tableau n 4 : Questionnaire – 6. Escalade</i>	<i>page 31</i>
<i>Tableau n 5 : Questionnaire – 9. Locomotion</i>	<i>page 31</i>
<i>Tableau n 6 : Questionnaire – 12. Attentes</i>	<i>page 32</i>
<i>Tableau n 7 : Questionnaire – 15. Annexe</i>	<i>page 32</i>
<i>Tableau n 8 : Questionnaire – 18. Etes-vous</i>	<i>page 33</i>
<i>Tableau n 9 : Questionnaire – 19. Age</i>	<i>page 33</i>
<i>Tableau n 10 : Questionnaire – 20. Profession</i>	<i>page 34</i>
<i>Tableau n 11 : Statut des associés et capital de la S.A.E.</i>	<i>page 42</i>
<i>Tableau n 12 : Budget et l'investissement</i>	<i>page 43</i>
<i>Tableau n 13 : Supposition 1 et Ibis</i>	<i>page 43</i>
<i>Tableau n 14 : SUPPOSITION 1</i>	<i>page 44</i>
<i>Tableau n 15 : SUPPOSITION 1^{bis}</i>	<i>page 44</i>
<i>Tableau n 16 : Supposition 2 et 2bis</i>	<i>page 45</i>
<i>Tableau n 17 : SUPPOSITION 2</i>	<i>page 45</i>
<i>Tableau n 18 : SUPPOSITION 2^{bis}</i>	<i>page 45</i>
<i>Tableau n 19 : Estimation du CA</i>	<i>page 46</i>
<i>Tableau n 20 – Montant estimatif du CA par poste</i>	<i>page 46</i>
<i>Tableau n 21 – Répartition du CA par poste</i>	<i>page 47</i>
<i>Tableau n 22 – Répartition annuel du CA par poste</i>	<i>page 47</i>
<i>Tableau n 23 – Tarifs</i>	<i>page 50</i>
<i>Tableau n 24 – Production – Profils, Lignes, Prises, Bloc</i>	<i>page 54</i>
<i>Tableau n 25 : Questionnaire – 2. Différents sports pratiqués</i>	<i>page 78</i>
<i>Tableau n 26 : Questionnaire – 4. Nature</i>	<i>page 78</i>
<i>Tableau n 27 : Questionnaire – 5. Météo</i>	<i>page 79</i>
<i>Tableau n 28 : Questionnaire – 7. Intérieur</i>	<i>page 79</i>
<i>Tableau n 29 : Questionnaire – 10. Km</i>	<i>page 79</i>
<i>Tableau n 30 : Questionnaire – 11. Ouverture</i>	<i>page 80</i>
<i>Tableau n 31 : Questionnaire – 13. Heure</i>	<i>page 80</i>
<i>Tableau n 32 : Questionnaire – 14. a) Tarif adulte</i>	<i>page 81</i>

Tableau n 33 : Questionnaire – 14. b) Tarif enfant page 81

Tableau n 34 : Questionnaire – 16. Exterieur et activités page 81

Tableau n 35 : Questionnaire – 17. Internet page 82

ANNEXES

- [1] l'évolution des cotations page 69 (dans le texte page 10)
- [2] équipement d'escalade page 70 (dans le texte à la page 18)
- [3] les cotations page 71 (dans le texte à la page 19)
- [4] liste de classification des segments des sports page 72 (dans le texte à la page 22)
- [5] normes fédérales des structures d'escalade page 73 (dans le texte à la page 25)
- [6] Le questionnaire page 75 (dans le texte à la page 29)
- [7] Étude de faisabilité - L'analyse du questionnaire page 78 (dans le texte à la page 29)
- [8] Patrick Edlinger suspendu d'une main, en solo au dessus d'une falaise. page 82 (dans le texte page 11)
- [9] Fameux guide Gaston Rébuffat page 83 (dans le texte page 10)
- [10] Équipement d'escalade page 83 (dans le texte à la page 18)
- [11] Nœud de huit page 84 (dans le teste à la page 19)
- [12] Construction d'une S.A.E. page 84
- [13] A quoi ressemble une salle d'escalade page 85
- [14] Cours d'école d'escalade page 85

[1]L'évolution des cotations

1492 : Première escalade répertoriée (III). Antoine de Ville et son équipe (Mont-Aiguille).

1881 : Premier 4. Albert Mummery - «Fissure du Grépon» (Chamonix).

1899 : Premier 5. Paul Preuss en solo.

1905 : Premier 6a. Oliver Perry-Smith et Rudolf Fehrman «Teufelsturm» (Elbsandsteingebirge-D).

1934 : Premier 5 Bloc. Pierre Allain - «L'Angle Allain» (Fontainebleau).

1938 : Premier 6b. Probablement franchi dans les Dolomites (Italie).

1950 : Premier 7a Bloc. Robert Paragot - «Joker» (Fontainebleau).

1960 : Premier 6c. John Gill en solo - «Final Exam » (Castle Rock/Colorado-USA).

1970 : Premier 7a. Ron Kauk - «Astroman » (USA).

1972 : Premier 7b. John Bragg (Kansas city-USA).

1974 : Premier 7c. Steve Wunsch - «Super crack» (Shawangunks-USA).

1977 : Premier 8a. Peter Cleveland - «Phlogiston» (Devil's Lake-USA).

Premier 7a français. Jean-Claude Droyer - «L'échelle à poissons» (Saussois).

1980 : Premier 7b français. Laurent Jacob - «L'ange» (Saussois).

1981 : Premier 7c français. Jean-Pierre Bouvier - «Little Plum» (GB).

1882 : Premier 7b à vue. Patrick Edlinger - «Captain Crochet» (Buoux).

Premier 7c à vue. Patrick Edlinger - «La polka des ringards» (Buoux).

1983 : Premier 8a . Dave Cuthbertson - «Requiem» (GB).

Premier 8a français. Patrick Edlinger - «Ca glisse au pays des merveilles» (Buoux).

1984 : Premier 8b. Wolfgang Güllich - «Kanal im Rücken» (Altmühltal-D).

Premier 8b français. Marc Le Menestrel - «Les mains sales» (Buoux).

1986 : Premier 8a féminin - Luisa Jovane «Come back» (Valle San Nicolo-I).

1987 : Premier 8c. Wolfgang Güllich - «Wallstreet» (Frankenjura-D).

Premier 8a à vue. Antoine le Menestrel - «Samizdat» (Cimaï).

Premier 7b féminin – Probablement réalisé par Lynn Hill aux USA.

Premier 8a+ féminin. Catherine Destivelle - «Choucas» (Buoux).

Premier 8b+ féminin. Lynn Hill - «Masse critique» (Cimaï).

1991 : Premier 9a. Wolfgang Güllich - «Action directe» (Frankenjura-D)

Premier 8a féminin à vue. Lynn Hill - «Simon» (Frankenjura-D).

1993 : Premier 9a français. Fred Rouhling - «Hugh» (Eaux claires).

1998 : Premier 9a+ (non répétée). Bernabé Fernandez - «Orujo» (Archidona-E).

Premier 8c féminin. Josune Bereziartu - «Honky Tonky» (Onate-E).

2002 : Premier 9a féminin. Josune Bereziartu - «Bain de sang» (Saint Loup-CH).

2003 : Premier 9b+ (non répétée). Bernabé Fernandez - «Chilam Balam» (Malaga-E).

2004 : Premier 9a+ français. Sylvain Millet - «Realization/Biographie» (Céüse).

2007 : Premier 8c+ à vue. Patxi Usobiaga - «Bizi Euskacaz» (Etxauri-E).

[2]Équipement d'escalade

L'équipement est dans le sport d'escalade une chose basique, obligatoire et surtout nécessaire. Pour pouvoir grimper en sécurité et ne pas risquer sa vie, il est nécessaire d'avoir le matériel d'équipement et aussi savoir manipuler avec. Tout le matériel d'escalade fabriqué est d'abord testé et fait l'objet des nombreux contrôles très sévères par les fabricants. Ainsi l'équipement répond aux normes de sécurité en vigueur.

Bien sûr, les années passent et le matériel et des accessoires d'escalade évoluent aussi. On voit apparaître des nouveaux produits sur le marché qui facilitent le sport et font augmenter les sensations de grimpe de plus en plus. Des magasins spécialisés vendent le matériel d'escalade comme des nombreux revues dédiés uniquement à la grimpe où l'on peut être informés des nouveautés des produits d'escalade. Ces dernières modèles de produits sont ainsi présentés d'une manière très détaillée, on voit ses avantages également comme les inconvénients. Chacun choisit les produits selon ses propres priorités et confort.

- Chaussons

Il faut trouver un bon compromis entre confort et précision, en tenant compte de niveau d'escalade de grimpeur. Pour les débutants il est recommandé de privilégier le confort, le choix se précise avec le temps où le grimpeur vise mieux sa spécialisation. Quelques points techniques sur des types des chaussons :

- Souplesse : meilleure adhérence, meilleures sensations, les pieds dans les chaussons collent bien à la voie. Inconvénient est le besoin de plus grande puissance dans les jambes pendant la grimpe.
- Rigidité : le maintien sur la prise est plus facile qu'avec un chausson souple. On n'est pas obligé de pousser autant, mais les sensations de grimpe sont aussi faibles.
- Droit : la poussée est répartie sur tous les orteils. Le pied est dans une position naturelle, donc le confort est ici en haute niveau.
- Asymétrique : le chausson est plus ou moins courbé vers l'intérieur afin de porter la pression sur le gros orteil. La précision est maximale sur petites prises et dans les trous.

- « Plongeant » : l'avant est plus ou moins courbé vers le bas ce qui est idéale pour la technique de griffage.

- Baudrier

Est une ceinture matelassée et des sangles de cuisses également matelassées qui apportent au grimpeur (et au assureur) un confort optimal. Baudrier est aussi le matériel indispensable pour le grimpeur (sauf pour la grimpe sans avoir besoin de corde – bloc ou traversée en bloc). Sur cette ceinture spéciale on trouve des porte-matériel, où le grimpeur prote les accessoires nécessaires (dégaines, cloche, mousquetons...). On peut distinguer des baudriers spécialisés pour les hommes, pour les femmes et pour les enfants. Il existe des baudriers à ceinture de cuisses réglable ou non réglable. Les baudriers extrêmement sportifs, dits professionnels très légers et fins ou les baudriers de confort qui sont plutôt larges, protègent bien le bas du dos et on peut rester suspendu sans problème pendant toute la journée.

- Système d'assurance

Toutes les technologies et les systèmes varient, à chacun de grimper de choisir selon son goût et sa poche.

- Le huit : est un outil très simple en forme du chiffre « huit ». Il est polyvalent ; donc on peut l'utiliser pour plusieurs manips en escalade. Il est destiné pour l'assurance et également à la descente en rappel.
- Le grigri : est utilisé principalement en salle. On peut l'utiliser uniquement sur les cordes à simple. Le grigri est un autobloquant ce qui est avantageux dans les cas où le grimpeur travaille une voie et reste suspendu dans la hauteur pendant longtemps. L'assureur peut lâcher les deux mains et la corde reste bloquée. L'inconvénient est l'apprentissage plus délicate et difficile surtout pour les débutants en escalade.
- Le réverso : est un instrument d'assurance semi autoblocant.

[3]Les cotations

Sous le 3 on parle plutôt de la randonnée où l'on doit toucher le rocher pour marcher en meilleure équilibre. Les niveaux 3 ou 4 sont les niveaux pour les débutants qui commençaient vraiment pour la première fois avec l'escalade, ou pour les enfants. Quand on est plus sûr de soi, on avance en niveau 5 et puis on progresse de demi niveau en demi niveau. En dessous du 6 ainsi on divise seulement en deux, en 5 et 5 sup ou 4 et 4 sup. Au débout on progresse très rapidement et on se classe facilement dans notre niveau. Quand on ne progresse plus trop, il faut se concentrer et apprendre la technique et la travailler.

C'est à partir du niveau 6a où m'escalade commence à devenir un sport physique, mental, précis et technique.

[4] liste de classification des segments des sports

13) Sports collectifs

- 1.1) Sports d'été (par exemple basket-ball, floorball, football, volley-ball ou frisbee)
- 1.2) Sports de batte (par exemple baseball, cricket ou softball)
- 1.3) Sports nautiques (water-polo)
- 1.4) Sports d'hiver (hockey, bandy)

14) Sports légers

- 2.1) Yoga
- 2.2) Gymnastique (par exemple aérobic, fitness, gymnastique rythmique, artistique)
- 2.3) Athlétisme
- 2.4) Sports de plusieurs disciplines (par ex. duathlon, triathlon, pentathlon)

3) Sports de balles

- 3.1) Sports de raquette (par exemple badminton, tennis, squash, tennis de table)
- 3.2) Sports de précision (golf)

4) Compétition automobile (p.ex. formule1, GT, karting)

5) Sports d'orientation

- 5.1) Course d'orientation
- 5.2) Orientation à VTT (vélo tout terrain)

6) Sports nautiques

- 6.1) Nautisme (par exemple wakeboard, ski nautiques, kitesurf, surf, voile)
- 6.2) Sports en piscine et mixtes (par exemple la natation, plongeon, nage avec palmes)
- 6.3) Sports sub-aquatiques (p.ex. chasse sous-marine, plongé sous-marine, plongé)
- 6.4) Sports en eau vive (p.ex. canyoning, canoe kayak, rafting)

7) Sports d'hiver

- 7.1) Sports de neige
 - 7.1.1) Ski (p.ex. ski alpins, ski acrobatiques, ski de vitesse, ski de fond, ski de randonnée)
 - 7.1.2) Snowboard (p.ex. snowboard, snowboard de randonnée, saut à snowboard)
 - 7.1.3) Autres sports d'hiver (p.ex. biathlon, combiné nordique, snowkite, raquette à neige)

7.2) Sports de glace

7.2.1) Hockey (p.ex. Hockey sur glace ou sur luge)

7.2.2) Patinage (artistique ou de vitesse)

7.2.3) Autres sports de glace (p.ex. curling, skeleton, luge de course)

8) Sports de combat et d'art martial (par exemple karaté, judo, aikido, capoeira)

9) Sports de force

9.1) Sports de puissance classiques (p.ex. l'haltérophilie)

9.2) Sports de mise en forme (par exemple musculation ou bodyfitness)

10) Sports de précision (par exemple tir à l'arc, bowling, billard, pétanque, tir sportif)

11) Autres sports (par exemple airsoft, cyclisme, équitation, cours chevalier, jonglerie)

12) Sports extrêmes et d'outdoor

12.1) Sports aériens (p.ex. base jump, saut à l'élastique, funambulisme, parachutisme, parapente, sky surfing)

12.2) Sports terrestres (p.ex. escalade en salle, escalade en extérieur, alpinisme, spéléologie, moto-cross, bicycle motocross- BMX, mountain bike, skateboard, snowboard, ski de vitesse, VTT de descente et freeride)

12.3) Sports aquatiques (p.ex. plongée sous-marine et libre, surf, kitesurf, bodyboard, skimboard, planche à voile)

[5] Normes fédérales des structures d'escalade

Les points d'assurage doivent avoir une certaine résistance à la rupture justifiée par une note de calcul et doivent aussi subir un essai de réception avant la mise en service de la SAE.

- points d'assurage placés dans les voies : résistance à la rupture 20kN ; charge d'essai : 8 kN, les trois premiers points de toutes les voies doivent être testés,

- systèmes d'assurage en moulinette individuels : résistance à la rupture : 20 kN ; charge d'essai : 8 kN,

- système d'assurage en moulinette collectifs : résistance à la rupture : 20 kN à chaque point de fixation ; charge d'essai 8 kN à chaque point de fixation et 8 kN au milieu de chaque travée, - point d'assurage au sol (quand il y en a) résistance à la rupture : 12 kN, charge d'essai : 4 kN.

Pour déterminer toutes ces charges, nous sommes partis d'une série de valeurs appelées charges de service qui sont les charges minimales susceptibles d'être générées dans le cadre d'une utilisation normale de la SAE. Celles-ci ont été déterminées par des

mesures réelles in situ avec des grimpeurs se plaçant dans les conditions les plus défavorables (par exemple chute avec un facteur de 0,5 pour les points d'assurage). A cette occasion on peut remercier, entre autres, Jean-Marc Troussier et Alex Duboc, qui ont bien voulu, au péril de leur intégrité physique, se prêter à une longue série d'essais de chutes pour déterminer les forces d'impact sur un panneau de composite lors de la chute d'un grimpeur, ceci dans le but de fixer des valeurs de résistance au choc pour ces éléments de structure.

A ces charges de service, on applique un coefficient de pondération de 1,5 pour obtenir les valeurs des charges d'essai et un autre coefficient (généralement proche de 3) pour obtenir les valeurs de résistances minimales à la rupture.

Pour le calcul de la stabilité générale de l'ouvrage, ce sont les " charges de calcul " qui sont utilisées ; elles sont obtenues en appliquant aux charges de service un coefficient de pondération de 1,5.

Les charges d'essais de réception servent seulement à vérifier que l'installation est correcte ; elles ne remplacent pas les calculs.

Les valeurs de toutes ces charges sont données avec leurs affectations précises dans le texte de la norme.

Cette présentation est succincte et si vous désirez construire ou faire construire une SAE, je vous invite à vous procurer le texte complet de la norme européenne (pr EN 12572 auprès de l'AFNOR (Afnor, service Qualité de la Vie, Tour Europe, Cedex 7, 92049 Paris La Défense).

Je conduis actuellement en collaboration étroite avec la Fédération et les fabricants, une étude de pré normalisation sur les sols de réception (tapis et matelas pour les pans et les murs) et sur la rupture des prises. Ces travaux devraient déboucher, dans l'avenir, sur deux normes qui seraient le complément de celle sur les SAE.

Gérard DECORPS, Laboratoire d'essais de l'ENSA

Ressource : http://www.ensa-chamonix.net/index.php?option=com_content&view=article&id=211&Itemid=530, 6/11/2011

[6]Le questionnaire

Je m'appelle Klara Elisova et je suis étudiante de la langue française en économie appliquée à l'université de Palacky d'Olomouc en République Tchèque. En cadre de mon travail de mémoire je fais une recherche d'informations pour la création d'une nouvelle salle d'escalade dans votre ville. Merci d'avance pour votre collaboration en remplissant le questionnaire ci-dessous. Si vous êtes intéressé par le résultat de ce questionnaire, n'hésitez à me contacter sur l'adresse klara.el@seznam.cz.

1) Qui fait du sport dans votre famille ?

- vous
- vos enfants
- votre conjoint

2) Quels sports pratique-t'on chez vous?

3) Quel budget mensuel consacrez vous au sport?

- de 30€
- de 30 à 60€
- de 50 à 80€
- + de 80€

4) Pratique-t'on chez vous un sport de pleine nature? (rando, vtt ski voile etc...)

- oui
- non

5) La météo influence- t'elle la pratique de votre sport?

- oui
- non

6) Pratique-t'on chez vous de l'escalade?

- régulièrement
- occasionnellement
- jamais

7) Vous ou un de membres de votre famille serait-il intéressé pour pratiquer de l'escalade à l'extérieur on à l'intérieur?

- oui
- non

8) Si non, pourquoi?

9) Quel moyen de locomotion utilisez-vous pour aller faire du sport?

- à pied
- vélo
- voiture
- transport en commun

10) Combien de km seriez-vous prêt à faire pour aller faire du sport en salle?

- - de 10 km
- de 10 a 20 km
- de 20 a 30 km
- +de 30 km

11) Seriez-vous intéressé par l'ouverture d'une salle d'escalade dans votre ville?

- oui chaud
- oui tiède
- non

12) Quelles seraient vos attentes vis à vis d'une salle d'escalade dans votre ville?

- loisir
- encadrement professionnel
- entraînement
- organisation d'événements

13) A quel moment faites vous de l'escalade?

- le matin
- entre 12 et 14 h
- l'après midi
- le soir

14) Quel tarif vous semble t'il raisonnable pour un abonnement annuel sportif dans une salle d'escalade? *pour un adulte

- - de 150 €
- de 150 à 250 €
- de 250 à 350 €
- de 350 à 400 €
- de 400 à 500 €
- plus de 500 €

*pour un enfant

- - de 150 €

- de 150 à 250 €

- de 250 à 300 €

- + de 300 €

15) Seriez vous intéressé par un de ces services?

- bar

- massages

- boutique de matériel

16) Seriez vous intéressé par des activités d'extérieur autre que l'escalade?

- oui

- non

- et si oui, lesquels?

17) Vous semble t'il utile que cette salle d'escalade possède un site internet?

- oui

- non

18) Etes vous?

- un homme

- une femme

19) Dans quelle tranche d'âge vous situez vous?

- - de 25 ans

- entre 25 et 35 ans

- entre 35 et 45 ans

- entre 45 et 55 ans

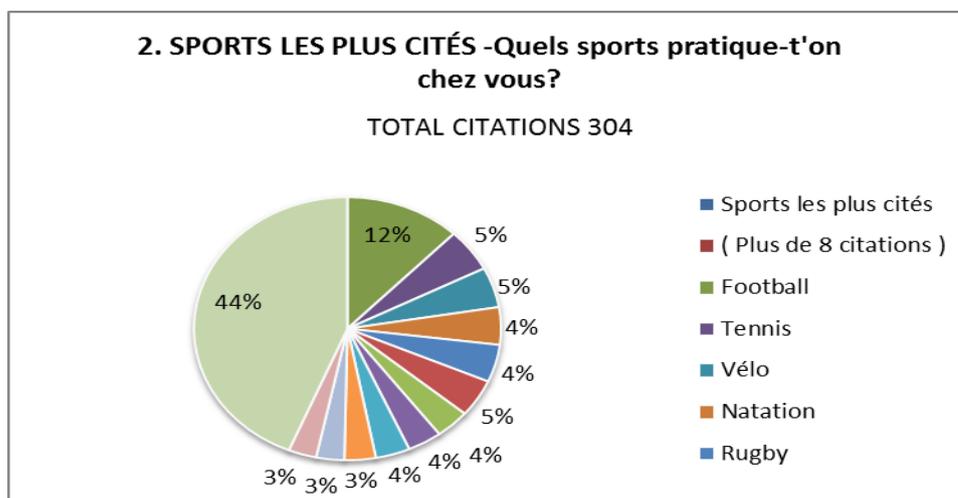
- + de 55 ans

20) Quelle est votre CSP?

[7] Étude de faisabilité - L'analyse du questionnaire

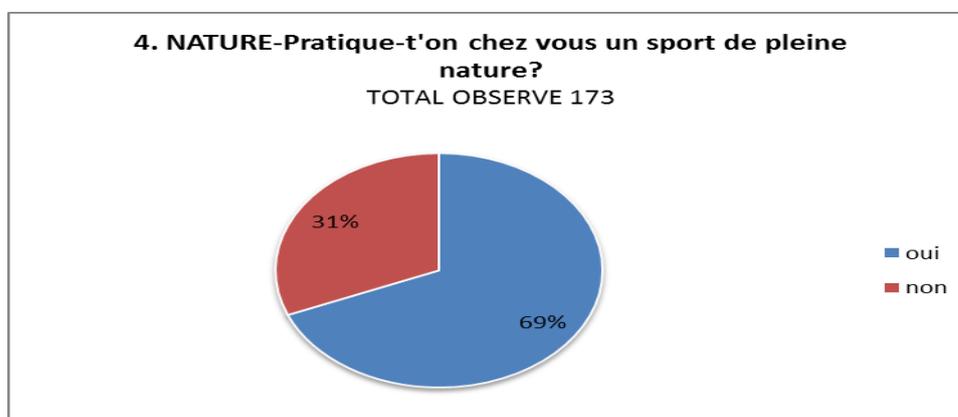
- Le nombre de citations est dans certaines questions supérieur au nombre d'observations du fait de réponses multiples. Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre de citations.
- Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre d'observations, hors non-réponses.

Tableau n 25 : Questionnaire – 2. Différents sports pratiqués



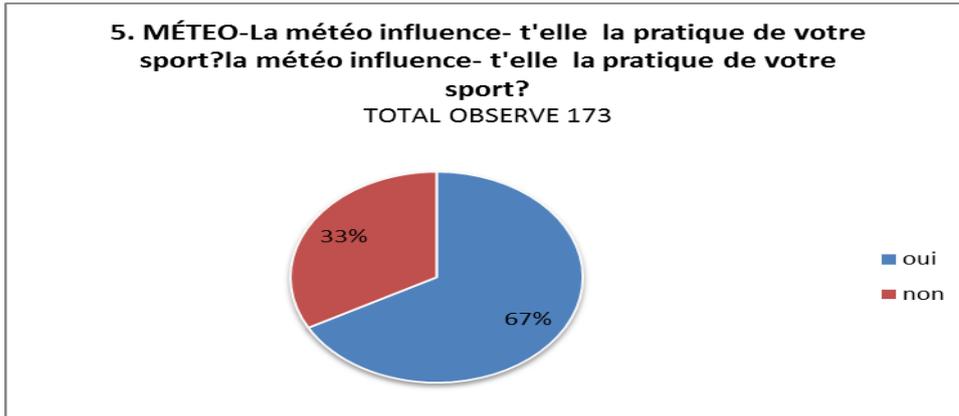
Prédominance, sans surprise, des sports les plus populaires. Bien que tous les sports cités puissent faire l'objet d'une pratique ou non de la compétition, nous pouvons noter une nette montée des sports individuels pratiqués dans un esprit de liberté (refus des contraintes) et certainement motivée pas un souci d'entretenir sa forme, ou par simple plaisir.

Tableau n 26 : Questionnaire – 4. Nature



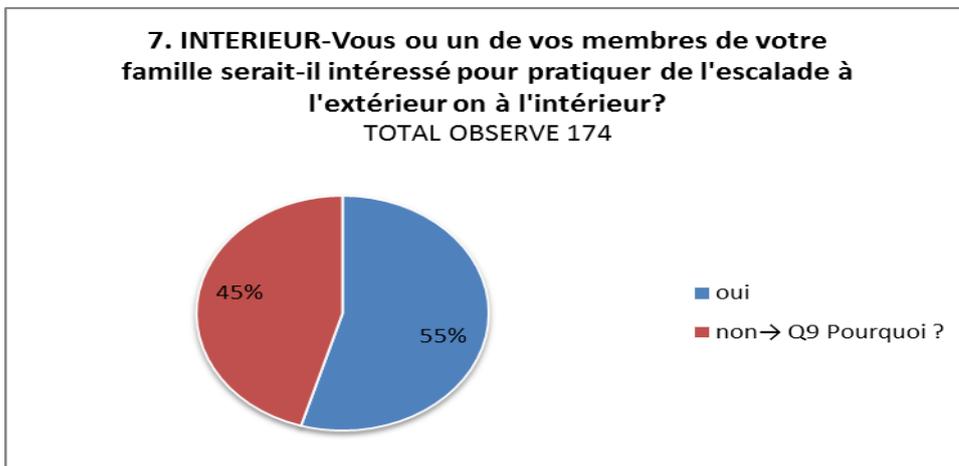
Cette question confirme la précédente.

Tableau n 27 : Questionnaire – 5.Météo



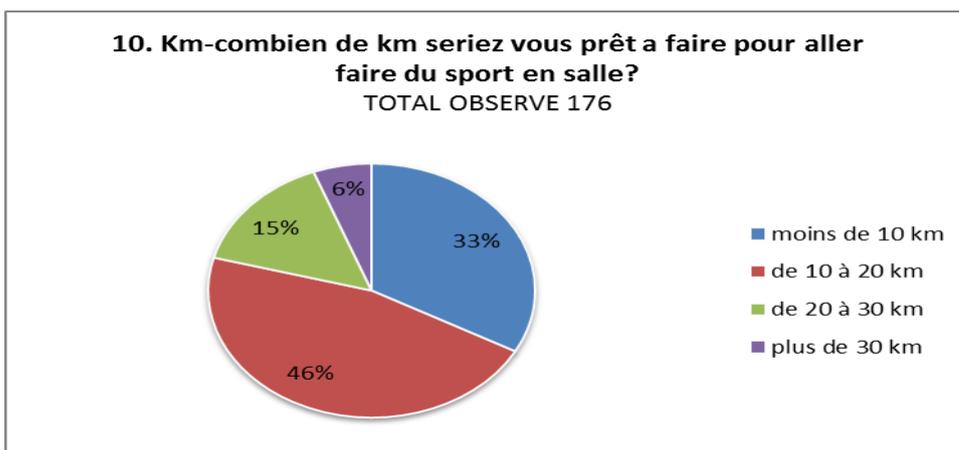
A relier avec la question 2 (Sport pratiqué) : nous voyons l'importance du sport loisir individuel.

Tableau n 28 : Questionnaire – 7. Intérieur



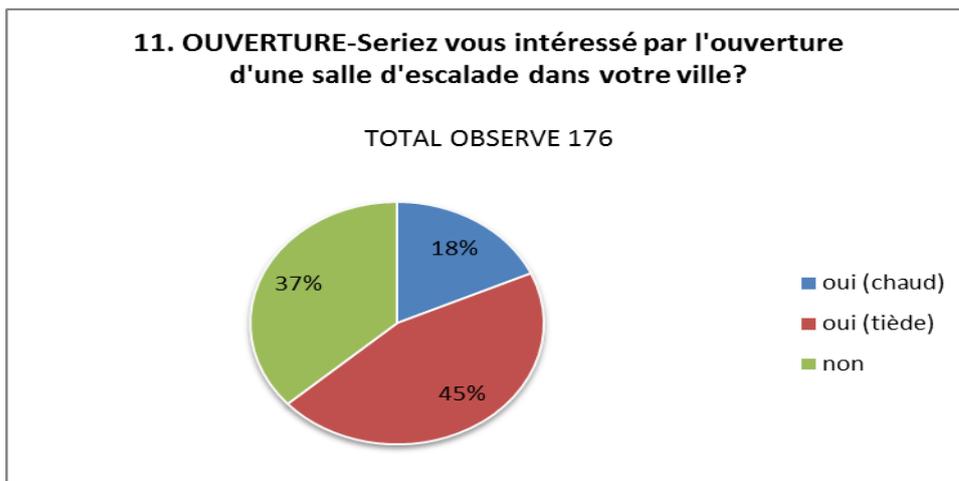
Un score très encourageant, à nuancer par le fait qu'il ne s'agit que d'intentions (A diviser par 2 par prudence : 27 %) Principaux freins invoqués : Le manque d'intérêt, la peur (+ vertige), le manque de temps.

Tableau n 29 : Questionnaire – 10. Km



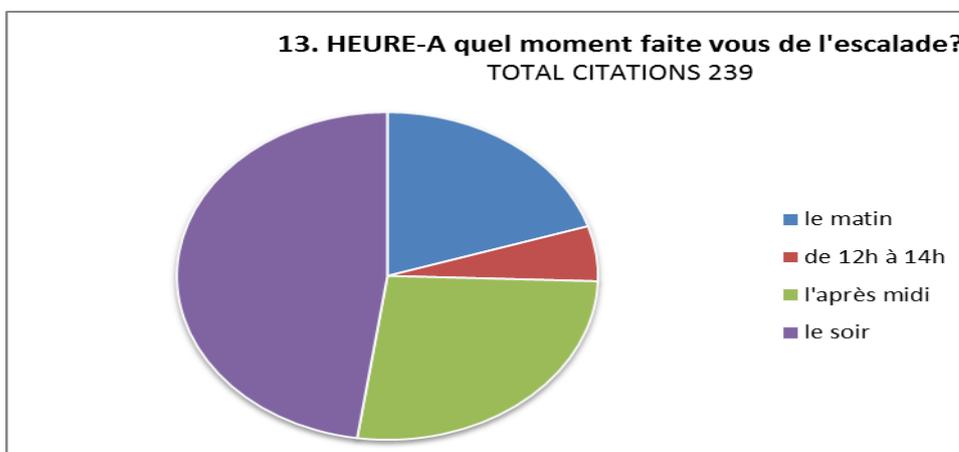
20 km semble être un maximum.

Tableau n 30 : Questionnaire – 11. Ouverture



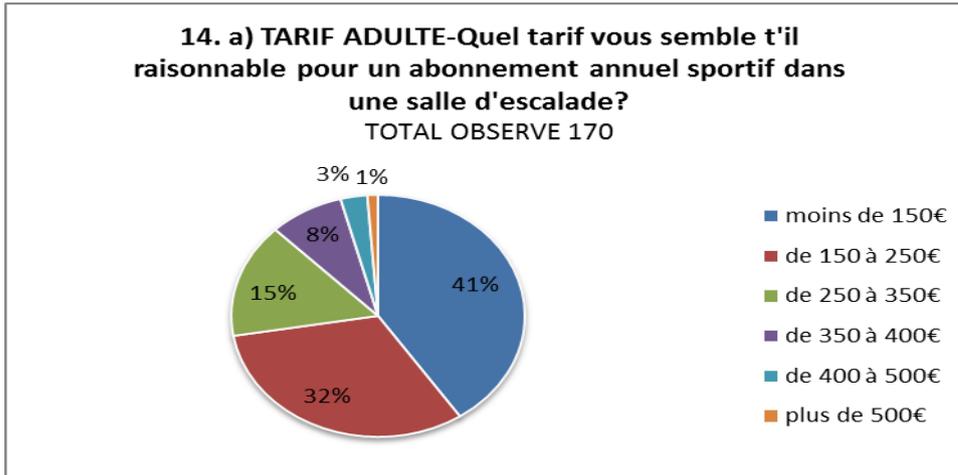
Nous retrouvons ici les 18 % de pratiquant actuels (même occasionnels) visiblement intéressés. Voir Q6. Le second score (45% de "oui tiède" est encourageant). A diviser également par 2 : 22%. Au total : 40%

Tableau n 31 : Questionnaire – 13. Heure



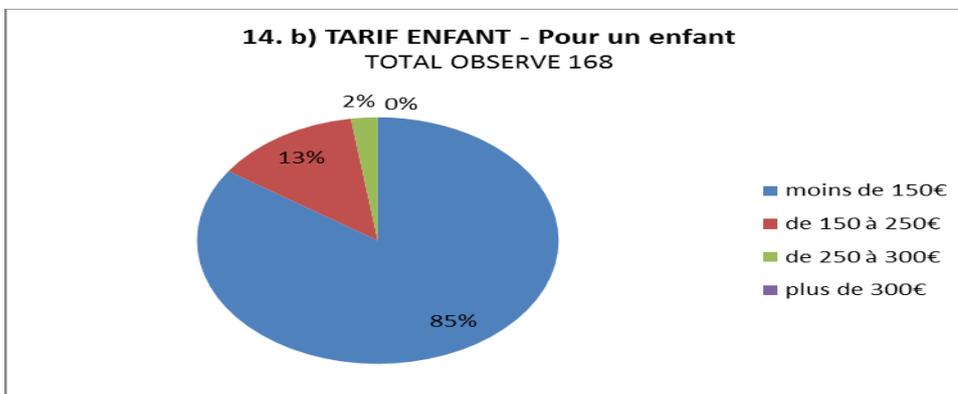
Les horaires les plus cités sont le soir et l'après-midi.

Tableau n 32 : Questionnaire – 14. a) Tarif adulte



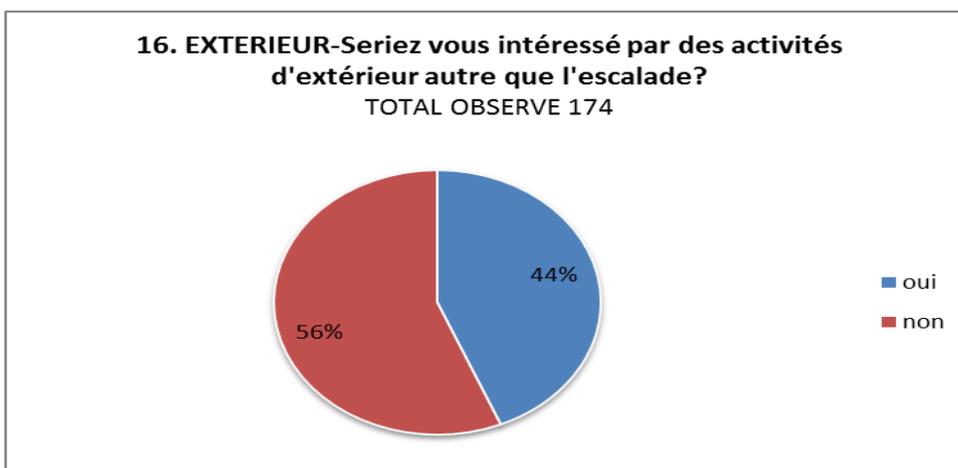
Le prix psychologique semble s'établir légèrement au dessus de 150€ (Ici aussi, il s'agit de déclarations non impliquantes, donc nous devons les nuancer).
27% sont prêts à payer plus de 250 € par an.

Tableau n 33 : Questionnaire – 14. b) Tarif enfant



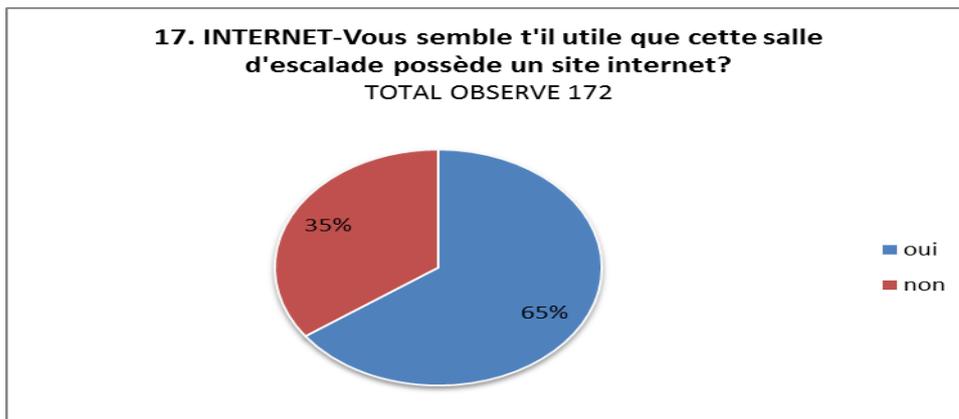
Le prix doit être inférieur à 300€ pour les enfants.

Tableau n 34 : Questionnaire – 16. Extérieur et activités



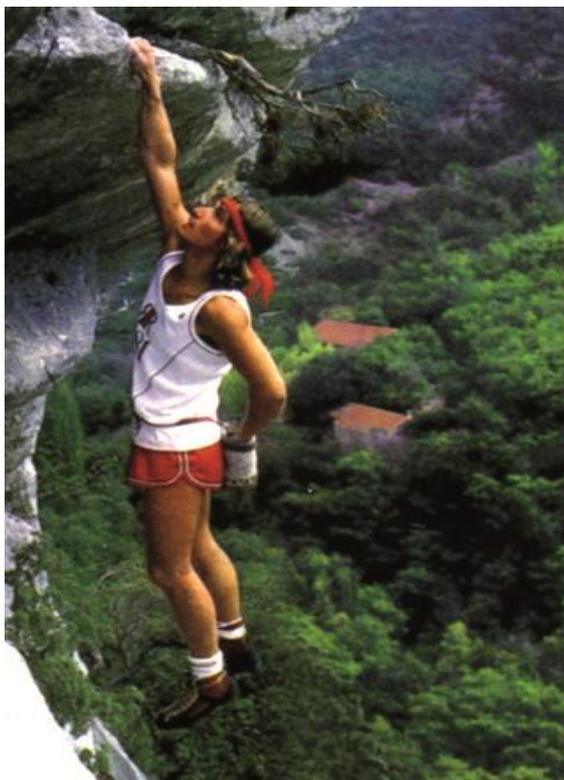
Un intérêt légèrement au-dessous de la moyenne pour les activités extérieures.
Citation les plus fréquentes : randonnée (18 citations), puis VTT (7 citations).

Tableau n 35 : Questionnaire – 17. Internet



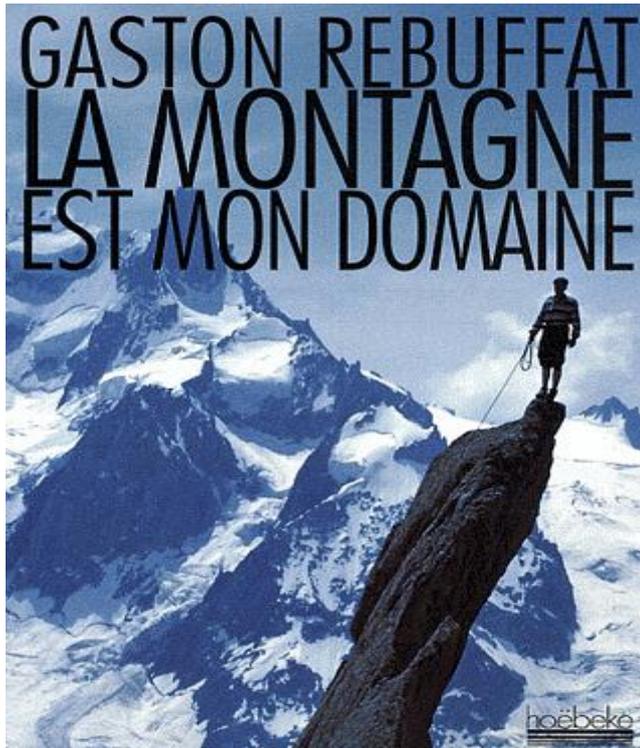
L'intérêt d'un site est de nos jours très important, ce qui est confirmé par cette question.

[8] Patrick Edlinger suspendu d'une main, en solo au-dessus d'une falaise



Ressource : http://09.img.v4.skyrock.net/097/mitik-grimpeuses/pics/659107589_small.jpg, 17/12/2012

[9] Fameux guide Gaston Rébuffat



- Cette image célèbre de Gaston a été envoyée dans un message pour des extraterrés par une sonde à l'univers.

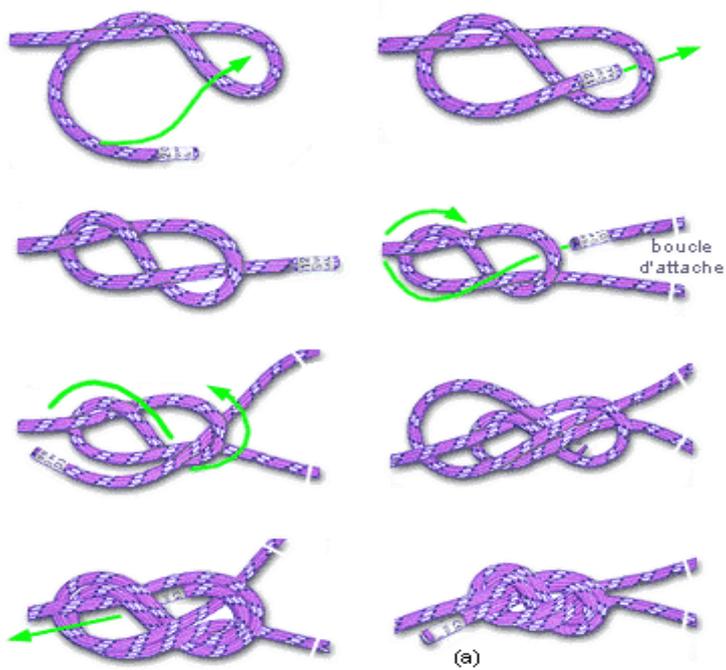
Ressource : http://www.librairiespeleo.be/administrer/images/021108_003739_PEEL.jpg, 17/12/2012

[10] Equipement d'escalade – kit débutant



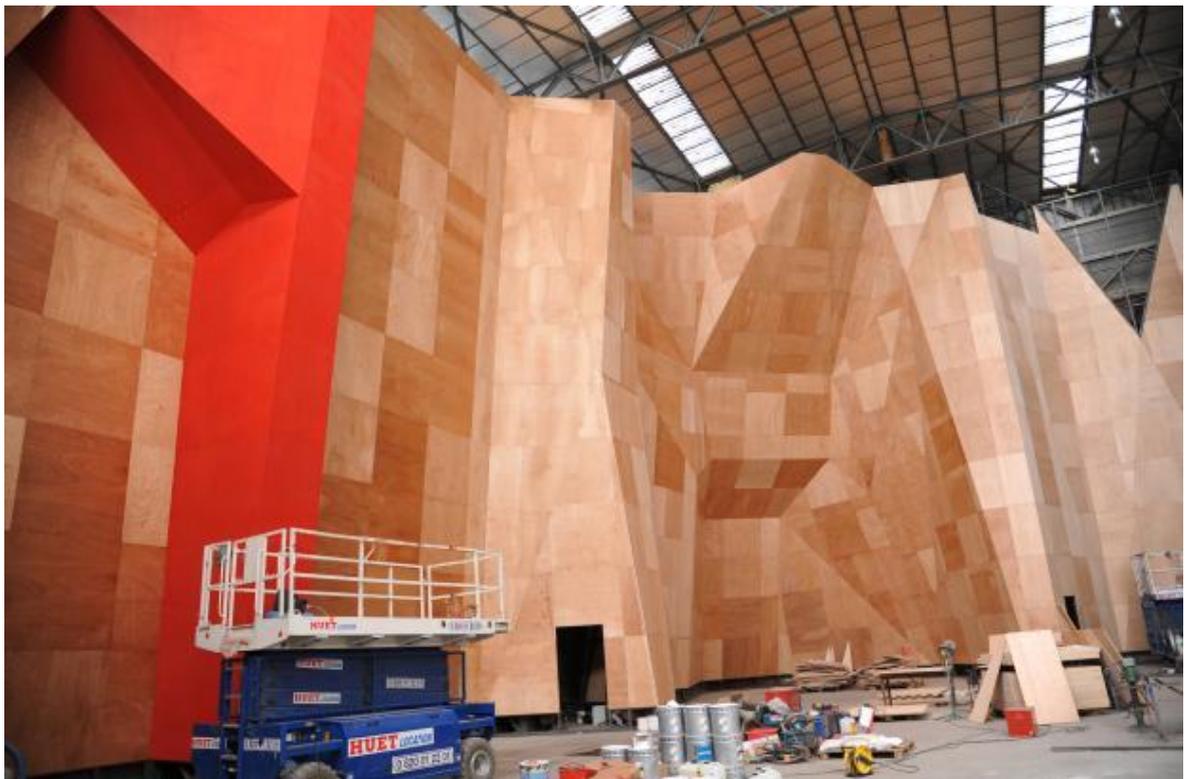
Ressource : http://www.baechli-bergsport.ch/files/Images/Web/newsletter/kletterset_fr.jpg, 15/12/2011

[11] Nœud de huit



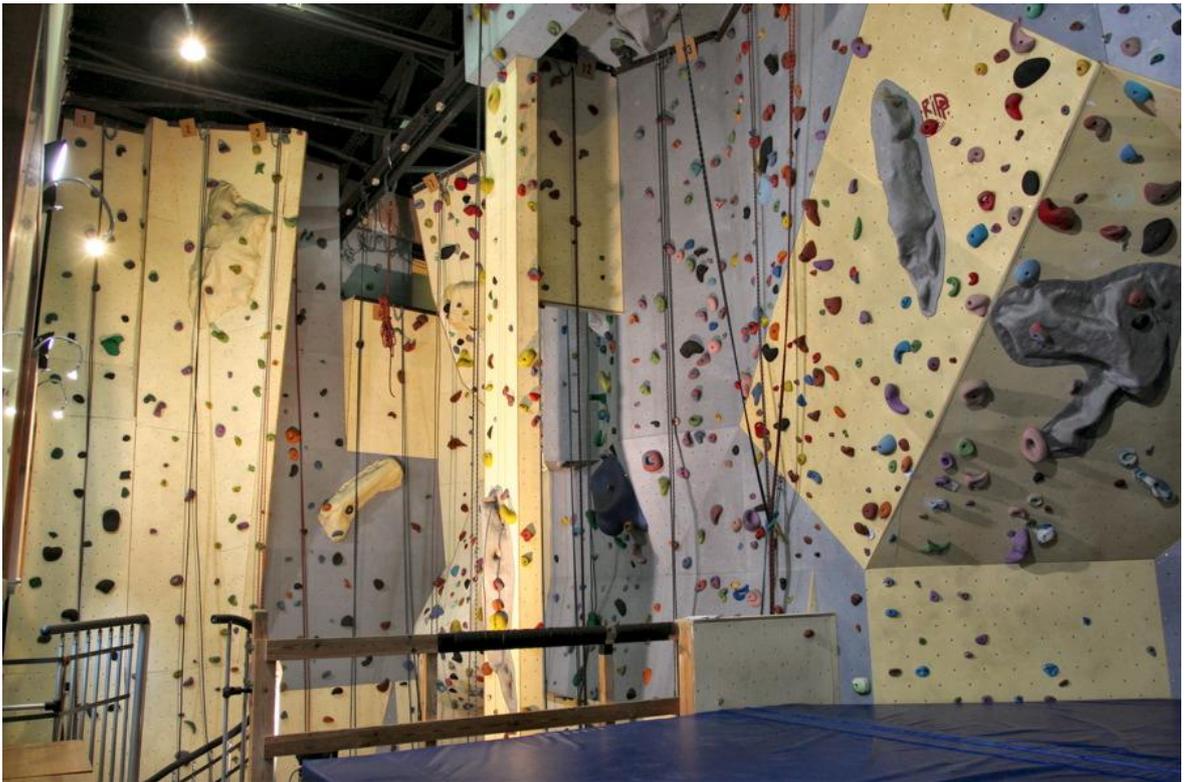
Ressource: <http://www.ffme.fr/uploads/federation/images/ffme-fiches-techniques/noeud-de-huit.gif>, 15/12/2011

[12] Construction d'une S.A.E.



Ressource: <http://www.altissimo-escalade.com/g639/43-1/15-semaine-29-vue-depuis-l-entree.jpg.html>, 14/05/2012

[13] A quoi ressemble une salle d'escalade



Ressource: <http://julie39110.j.u.pic.centerblog.net/hap2d97d.jpg>, 14/05/2012

[14] Cours d'école d'escalade



Ressource: <http://deversud.com/la.salle.d.escalade-34100-1.php>, 14/05/2012