



# Compte-rendu Réunion CND Promotion du deltaplane

21/01/2021 à 20 h 30

## Participants : 25 personnes

Dont : Cédric Estienne, Jean-Louis Debiée, Philippe Steger, Nicolas Salin, Nicolas Orand, Hellouin Dumanoir de Juaye, Sylvain Quievreux, Baptiste van Zijl, Gérard François, Sébastien Cottin, Laurence Hulot, Tao Le, Paolo de Nicola, Erick Anglès, Samuel Duprat, Mathieu Duberos, Nicolas Brugière, Manolo Ravéane, Simon Rousselet, Rémi Berger, Nicolas Boissières, François Pichard... et on en oublie sûrement !

## -- Warning et Mea-culpa --

Suite à un problème technique, ce compte-rendu a été rédigé à partir de notes partielles et ce, plus de 3 semaines après la réunion. :-/

-----

## État des lieux

La réunion commence par un état des lieux des principales actions réalisées par l'équipe lors de la précédente olympiade.

Cédric rappelle que ces actions ont principalement été tournées vers la communauté deltiste (communication interne) et non vers l'extérieur.

Sur les actions réalisées, sont notamment évoquées :

- la rédaction régulière de la transversale qui continue d'être très bien suivie par la communauté.
- Les pages delta dans Vol Passion



- la mise en place du serveur Discord, afin de faciliter les rencontres entre pilotes.

D'autres actions ont aussi été portées par d'autres personnes extérieures à la commission et ont permis :

- de mettre en place le site voler-en-delta.com sous l'impulsion de Richard Walbec, et la réalisation d'autocollants.
- la participation à des salons, forums des associations dans la région de Montpellier, mais les expériences se seraient révélées "décevantes" car la promesse de voler était trop lointaine", selon Philippe Steger.
- la réalisation d'une campagne test "Écoles" consistant à promouvoir des "journées découvertes" (réalisation de sauts de puces) auprès d'étudiants en partenariat avec une école delta. Au final, 5 à 8 journées découvertes ont été organisées (club d'Annecy) regroupant près de 60 participants, et ayant abouti à 20 stages init' fait dans l'année ou l'année d'après. Un taux de conversion de + de 30% salué par les membres de la réunion.

## Discussions libres

### Les stickers

Gérard François nous parle de sa volonté de voir relancé le projet de stickers, et cette volonté semble partagée par d'autres, puisque de nombreux participants à la conversation se disent même prêts à payer 10/20€, si nécessaire. Est donc mentionné la volonté de refaire un appel d'offre pour la réalisation du design, ainsi que pour la production.

### Le deltaplane, sous-représenté à la Coupe Icare

Rémi Berger nous fait part de de son étonnement à voir le deltaplane si peu visible lors de la coupe Icare.

Sont mentionnées comme raisons potentielles : le manque de pilotes capables de faire des démos et la frilosité des organisateurs à re-proposer un créneau d'acro delta suite à l'accident mortel de 2016.

D'autres participants mentionnent leurs volontés de voir une plus grande présence de deltistes à la Coupe Icare dans le futur, et notamment la présence de champion (Wolfgang Siess est mentionné).

### Le recrutement de deltistes parmi les parapentistes

Dans l'optique de rechercher des cibles susceptibles de se mettre au deltaplane, les parapentistes sont naturellement évoqués, mais un participant tempère en rappelant que les personnes faisant les 2 activités sont généralement des pratiquants qui volent beaucoup, qui ont beaucoup de temps libre et ils sont par conséquent très rares.

### Le biplace comme déclencheur d'un stage init' ?

Sylvain Quievreux nous éclaire sur ce point, et relate que sur les 450 vols biplace effectués en 2020, seulement 15 personnes se sont montrées "intéressées" pour faire un stage init', soit

3%. Ce chiffre nous permet de conclure qu'on n'est pas du tout sur le même type de cible, le vol biplace étant envisagé comme une expérience unique, et non un marche-pied vers un début de pratique du deltaplane. => "l'effet Smartbox".

## **Retours sur le site de la FFVL**

Un participant revient sur le site de la FFVL, et déplore notamment sa pauvreté, un calendrier pas à jour, des actus datées, toujours la même vidéo sur la page d'accueil... donnant l'impression d'un site figé.

## **Présence du deltaplane sur Youtube**

Un participant regrette le problème des vidéos de crash qui font malheureusement une très mauvaise pub pour la discipline.

Dans la même veine, Nicolas S. évoque également une des vidéos de deltaplane les plus vues sur Youtube, celle de décollages au tremplin de Saint Hilaire du Touvet (3,4M de vues) et confie que cette vidéo est l'élément qui l'avait clairement dissuadé de faire son 1er stage "init" à St Hilaire, mentionnant que du point de vue du débutant, ce décollage fait vraiment très très peur. :)

## **Problématique du matériau photo/vidéo**

Laurence (communication ffvl) revient sur la nécessité de l'alimenter en matériau photo/vidéo pour la com "Réseaux sociaux" de la fédération, pour notamment répondre aux demandes des journalistes.

La qualité des images produites est aussi évoquée en insistant sur le fait qu'il fallait revenir à des images "lisibles" par le grand public et éviter les images embarquées, fortement déformées, qui ne sont compréhensibles que par ceux qui ont déjà volé sous un delta.

## **Campagne influenceurs**

Hellouin nous fait part de l'idée de proposer le sujet "deltaplane" à des youtubeurs (leur proposer d'essayer sur une journée). Ce type de projets nous permettrait de profiter d'audiences importantes et de communiquer auprès de nouvelles cibles.

## **Un nouveau site internet**

Nicolas S. évoque sa volonté de créer une nouvelle version du site voler-en-delta.com, afin d'aller plus loin dans le développement de l'argumentaire "delta" et se donner plus de chances de convaincre les potentiels futurs pilotes.

Cette refonte pourrait également aboutir à la création d'un nouveau site à part entière.

Nicolas mentionne qu'il pourrait être bénéfique d'avoir le mot "deltaplane" dans le nom de domaine du futur site, afin de pouvoir se positionner le plus rapidement possible dans le haut des résultats Google.

## **Le mot “deltaplane”**

Dans la lignée du nom de domaine, Nicolas S. évoque l'importance d'utiliser autant que possible le mot “deltaplane” en entier dans nos communications sur internet, auprès de nos amis, afin de continuer à travailler la notoriété de ce mot auprès du grand public.

L'idée de fond étant que les générations futures continuent à associer le mot “deltaplane” à notre aéronef préféré. :)

Et de rappeler que “delta”, c'est aussi et surtout un triangle, une lettre grecque, un type d'embouchure, une compagnie aérienne...

## **Campagnes de publicités digitales**

Nicolas S. évoque aussi l'idée d'utiliser les plateformes pub Facebook & Instagram pour toucher de nouvelles audiences avec une publicité au format vidéo, afin de re-développer la notoriété du deltaplane, et re-booster les inscriptions en stage “init”.

Ce type de campagnes “digitales” permettrait, selon Nicolas, de cibler/toucher des dizaines de milliers de personnes, pour des coûts raisonnables (similaires, voire plus faibles que des campagnes papier).

-- Est mentionné par certains participants, le manque de moniteurs, le manque de stages... et on revient au problème de l'œuf et de la poule. ^^ --

## **Le manque de femmes dans la discipline**

Dans la suite de la discussion sur les campagnes de publicités vidéos, il est rappelé la nécessité d'y présenter des pilotes féminins, car le manque de femmes dans le deltaplane est criant.

Jean- Louis nous rappelle que nous avons 8% de femmes dans le deltaplane, contre 17% dans le parapente.

## **Attirer le public sur les rassemblements**

Les décollages de nos pilotes sont toujours un spectacle apprécié par le grand public qui passe par hasard. La question est donc posée : Comment faire pour attirer le public sur nos différents rassemblements ? Comment mieux médiatiser nos compétitions ?

Un participant évoque notamment le succès de la “virtual regatta” du Vendée Globe qui attire près 1 million de joueurs, et relate le succès rencontré par les manches commentées sur Youtube lors d'un championnat en Italie.

## **Affichage sur les sites/décos**

Il est également discuté de la possibilité de mettre un petit affichage sur les sites de décollages, afin d'informer le grand public sur notre pratique.