



SERVICES CULTURE ÉDITIONS
RESSOURCES POUR
L'ÉDUCATION NATIONALE

**Ce document a été numérisé par le CRDP de Montpellier pour la
Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel**

Ce fichier numérique ne peut être reproduit, représenté, adapté ou traduit sans autorisation.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL
«SERVICES (Accueil - Assistance - Conseil)»

SESSION 2012

SUJET

E1 : ÉPREUVE SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE
Sous-épreuve A1 : Organisation et gestion
de prestations de services

Durée : 3 heures

Coefficient : 4

Calculatrice à fonctionnement autonome autorisée
(circulaire 99-186 du 16.11.99)

Le dossier comporte 13 pages

Liste des documents

Document 1 : Le marché de la remise en forme

Document 2 : On a testé le fitness low-cost

Document 3 : Interrogations des prospects

Document 4 : Les activités individuelles et collectives dans le club

Document 5 : Tarifs 2011/2012

Document 6 : Répartition de la clientèle et statistiques de fréquentation

Document 7 : Les seniors représentent un quart de la clientèle des clubs de sport

Document 8 : Modalités d'organisation de «la semaine Vitalité Eau»

Document 9 : Coûts de l'opération de communication

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL "SERVICES"		
Session : 2012	Coefficient : 4	Durée : 3 h
Épreuve : E1A1	SUJET	Page 1/13

Le 36 Boulevard
36 Boulevard de la Liberté
35000 Rennes

Tél. 02 99 78 30 31

Site internet : www.le36boulevard.fr
Courriel : secretariat@le36boulevard.fr

Lundi et jeudi 9 h 00 à 22 h 00
Mardi, mercredi, vendredi 9 h 00 à 21 h 15
Samedi de 9 h 00 à 18 h 00 – Dimanche de 10 h 00 à 13 h 00



Le 36 Boulevard est un club indépendant multi activités, spécialisé dans l'enseignement de disciplines sportives et d'activités de loisirs. Il propose à ses adhérents des activités individuelles et collectives de remise en forme incluant :

- un espace musculation, un espace cardio training, un circuit training, un studio RPM (Raw Power in Motion) qui est un cours d'endurance sur vélo, des salles de cours,
- un espace détente avec piscine chauffée, sauna et hammam.

Au cœur de Rennes, accessible depuis deux stations de métro, le club est situé à proximité des deux grands pôles commerciaux, République et Le Colombier, et bénéficie d'un trafic dense.

D'une surface de 1 300 m², avec un effectif de 13 salariés, le club propose plus de 115 cours collectifs chaque semaine, assurés par 6 éducateurs sportifs. Des services personnalisés sont aussi dispensés grâce à la présence de 2 entraîneurs (entraînement personnalisé pour des préparations physiques de haut niveau). L'adhésion se fait sous la forme de contrats (toutes activités), l'abonnement pouvant être souscrit à durée déterminée ou indéterminée.

Votre situation

Titulaire du Baccalauréat Professionnel Services, vous êtes embauché(e) en tant que chargé(e) d'accueil. Vous travaillez sous la responsabilité de Madame Thomas qui vous confie le traitement de 4 dossiers :

Dossier 1 : Présentation de l'offre de service	21 points
Dossier 2 : Réponses aux demandes de la clientèle	24 points
Dossier 3 : Fréquentation du club et évolution de l'offre de service	14 points
Dossier 4 : Organisation de la semaine de la Vitalité Eau	21 points

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL "SERVICES"		
Session : 2012	Coefficient : 4	Durée : 3 h
Épreuve : E1A1	SUJET	Page 2/13

DOSSIER 1 : Présentation de l'offre de service

L'univers de la forme et du sport ne cesse de se transformer. Le nombre de salles de remise en forme s'accroît dans la région rennaise, avec notamment l'ouverture de clubs discount. Madame Thomas souhaite organiser une réunion avec son équipe au cours de laquelle elle exposera les principales caractéristiques et les données clés du marché de la remise en forme. Vous analysez les informations que vous a remises Madame Thomas afin de préparer son intervention.

À partir des documents 1 et 2,

- 1.1 Caractériser le marché de la remise en forme et détaillez deux types d'offres.**
- 1.2 Présentez les innovations proposées par les clubs pour répondre aux nouvelles motivations des clients.**
- 1.3 Citez les caractéristiques du concept du fitness «low cost».**
- 1.4 Dressez le profil-type des pratiquants des salles de remise en forme.**

DOSSIER 2 : Réponses aux demandes de la clientèle

Au quotidien, des prospects viennent dans le club pour se renseigner sur les activités et les formules pratiquées. Votre mission consiste à les accueillir et à répondre à leurs premières demandes.

À partir des documents 3, 4 et 5,

- 2.1 Donnez les éléments de réponse correspondant aux interrogations des prospects.**

Le 36 Boulevard propose des cours collectifs aquatiques variés. Une des activités, l'aquabiking est une exclusivité du club. Votre responsable vous demande de préparer l'argumentaire qui sera utilisé auprès de la clientèle pour dynamiser l'ensemble des activités aquatiques.

À partir du document 4,

- 2.2 Proposez, sous forme de tableau, pour les activités aquatiques, au moins un argument pour chaque mobile d'achat.**

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL "SERVICES"		
Session : 2012	Coefficient : 4	Durée : 3 h
Épreuve : E1A1	SUJET	Page 3/13

DOSSIER 3 : Fréquentation du club et évolution de l'offre de service

Soucieuse de s'adapter aux évolutions du marché, Madame Thomas vous demande de réaliser un bilan sur la situation de son club en 2011, afin de proposer de nouvelles offres répondant au mieux à la demande et développer le chiffre d'affaires de son activité.

À l'aide des documents 6 et 7,

- 3.1 Caractérisez la clientèle qui fréquente le club en 2011.**
- 3.2 Calculez le taux d'évolution des adhérents entre 2007 et 2011 et commentez le résultat. Détaillez les calculs.**
- 3.3 Calculez la part que représente la clientèle senior (+ de 55 ans) dans les adhésions, en 2007 et en 2011. Commentez les résultats.**
- 3.4 Proposez deux services spécifiques que le club pourrait mettre en place pour les seniors et citez les prescripteurs qui pourraient les inciter à pratiquer ces types d'activité.**

DOSSIER 4 : Organisation de la semaine de la Vitalité Eau

Dans le but de remercier les adhérents de leur fidélité au club, Madame Thomas a décidé d'organiser une action événementielle sur le thème de la Vitalité Eau, durant **la semaine du 22 au 27 juin 2012**. Les inscriptions se feront grâce à un formulaire en ligne sur le site du club.

À partir du document 8,

- 4.1 Préparez le corps du courriel qui sera envoyé aux clients pour les informer de la semaine de la Vitalité Eau.**

Madame Thomas vous demande d'évaluer les coûts de communication nécessaires à la mise en place de la semaine «Vitalité eau».

À partir du document 9,

- 4.2 Calculez le coût total de communication par courriel et par publipostage.**

Vous êtes chargé(e) de prendre contact par téléphone avec des commerçants partenaires pour obtenir, dans le cadre de cette semaine exceptionnelle, des lots à remettre aux gagnants des défis Aquabike.

- 4.3 Trouvez deux arguments pour convaincre les commerçants partenaires d'offrir des lots à l'occasion de la semaine «Vitalité Eau».**

Document 1 : Le marché de la remise en forme

Le marché de la remise en forme

La remise en forme est devenue un «marché» qui présente plusieurs caractéristiques. 12 à 15 millions de Français âgés de plus de 16 ans pratiquent de façon régulière ou occasionnelle le «fitness», la musculation ou la «remise» en forme (18 % de la population) ; cependant, seuls environ 3 à 5 millions sont inscrits dans un club au sens commercial du terme, soit 6 à 8 % de la population active alors que le taux d'inscription est par exemple de 12 % au Royaume-Uni.

Les salles de remise en forme

Le marché des salles de remise en forme est atomisé entre une offre dite marchande (les salles commerciales de remise en forme), une offre associative en milieu public ou privé, une offre au sein des entreprises en direction des salariés, une offre au sein de résidences, gîtes de vacances, hôtels-restaurants, campings, parcs de loisirs, [...].

Environ 2 500 à 3 000 clubs commerciaux opèrent en France. En moyenne, une salle commerciale a un peu plus de 500 adhérents par an.

En moyenne les clubs de statut associatif ont un peu moins de 300 adhérents.

Les salles à but non lucratif proposent pour l'essentiel des cours collectifs d'activités gymniques. C'est le cas dans près de 80 % des salles en Ile-de-France. Les salles commerciales proposent aussi bien des cours collectifs que des activités dites de «forme sur plateau» : activités de musculation ou de cardio-training tels que vélo, tapis de course, rameurs.

On trouve des hammam/sauna dans près de 40 % des structures commerciales (dans 2 % des structures associatives) et des activités d'aquagym dans 20 % d'entre elles (28 % des structures associatives).

Les pratiquants

Les pratiquants sont plutôt jeunes (25/45 ans) et en majorité des femmes, 70 % des personnes fréquentent une salle de sport depuis plus de 5 ans. Cependant, en moyenne, le taux de réabonnement annuel, de 20 %, est l'un des plus faibles d'Europe (taux de 70 % aux États-Unis). La «démotivation» intervient entre la 6^e et la 8^e semaine. Le rythme de fréquentation de ceux qui persévèrent est soutenu (à 88 % une ou plusieurs fois par semaine), mais principalement en semaine. Le coût moyen annuel de l'abonnement est de l'ordre de 318 € (soit 26,5 €/mois, hors droit d'entrée). 72 % des pratiquants fréquentent une salle pour «entretenir leur forme».

Les motivations ont changé : la recherche de la performance athlétique, du «sport souffrance» tend à régresser au profit de la recherche de préoccupations ludiques, récréatives et hédonistes qui ont entraîné des innovations dans l'offre proposée par les salles avec des activités plus douces (relaxation, hammam...), collectives (cours collectifs avec musique et vidéo) ou bien tournées vers le bien-être extra sportif et la santé (diététique, cabines de bronzage-UVA), et des services personnalisés (la pratique du «coaching» ou du conseil personnalisé pour s'entraîner).

Extrait d'un rapport de la CSC (Commission de la Sécurité des Consommateurs) mis en ligne le 04/2010 - Avis relatif à la sécurité des salles de remise en forme

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL "SERVICES"		
Session : 2012	Coefficient : 4	Durée : 3 h
Épreuve : E1A1	SUJET	Page 5/13

Document 2 : On a testé le fitness low-cost

On pouvait se déplacer low-cost, faire ses courses low-cost, s'assurer low-cost... Aujourd'hui, on peut faire du fitness low-cost. Dit comme ça, on imagine des joggings fous sur des tapis de caisse Ed ou des squats avec des palettes Lidl. Mais à Fontenay-sous-bois (Val-de-Marne) où NeoNess a installé sa première salle de sport à bas coût, on change vite d'avis. Le fitness low-cost, c'est plutôt classe.

«On n'a rien à envier à un Club Med Gym», assure Céline Wisselink, gérante de NeoNess. De fait, la différence n'est pas flagrante. Dans la salle, un grand entrepôt au design minimaliste, on remarque de suite l'arène pour les cours collectifs et l'alignement de machines dernier cri, des machines de compétition entre l'elliptique et le portique d'entraînement de spationaute. Dans les vestiaires, l'ambiance est sobre et propre.

On se surprend alors à se demander pourquoi on a payé 700 € son abonnement annuel, au lieu des 180 € demandés ici pour la formule «horaires décalés» (300 € pour le forfait tout compris). À ce tarif, les douches, individuelles, sont payantes, façon Lavomatic. On glisse 50 cents dans la fente, on tape le numéro de sa cabine et on est parti pour cinq minutes d'eau chaude. Aucune serviette n'est distribuée et l'on ne dispose pas de piscine, de hammam ou de sauna. «On a ajusté tous nos coûts pour offrir ce tarif et on ne propose que ce qui intéresse la majorité des utilisateurs, explique Céline Wisselink. On s'est inspiré pour ça des compagnies aériennes low-cost qui réduisent leur offre à l'essentiel». Et aussi de concepts similaires développés aux Pays-Bas et en Allemagne où les gymnases à faible coût cartonnent. Lancée en mars, la salle de Fontenay fait déjà le plein. Et si le nombre actuel d'abonnés est gardé secret, on peut gager qu'il sera bientôt suffisant pour entrevoir un développement dans d'autres villes. «Paris, pourquoi pas ? Et la province aussi...» Le fitness à bas coût pourrait alors frapper un grand coup.

<http://2point0.20minutes-blogs.fr/archive/2008/10/01/on-a-teste-le-fitness-low-cost.html>

Document 3 : Interrogations des prospects

1^{er} prospect Femmes, 25 ans	Je souhaite découvrir le centre et pratiquer, pendant un mois, afin de voir si cela me plaît. Je recherche des activités variées, que je puisse pratiquer dès que je le désire, à volonté et surtout à mon rythme Quel type d'abonnement puis-je souscrire, et pour quel coût ? Quelle(s) activité(s) me conseillez-vous et comment être certaine qu'elles conviennent à mes attentes et à mon niveau ?
2^e prospect Homme, 19 ans	Est-ce possible de ne pratiquer que des cours de danse, et avec de la musique moderne ? Je voudrais découvrir toutes les chorégraphies tendances. Je suis étudiant, avec peu de moyens, quel serait le budget annuel ?
3^e prospect Femme, 38 ans	Je n'ai pas pratiqué depuis au moins 5 ans, je veux reprendre en douceur car je ressens depuis quelques mois des douleurs dans le dos. Je ne suis d'ailleurs pas sûre de tenir plus d'un trimestre, car ma vie personnelle et mon activité professionnelle me prennent déjà beaucoup de temps. Que me proposez-vous comme activités ? J'ai entendu parler d'une carte membre au prix de 150 €. Est-elle obligatoire car elle me semble chère ?
4^e prospect Homme, 40 ans	Je dois absolument perdre du poids. Je suis très motivé et bien décidé à faire les efforts nécessaires, s'il le faut pendant plusieurs années ! Que me proposez-vous comme formule et aussi comme activité(s) pour atteindre mon objectif le plus rapidement possible ?

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL "SERVICES"		
Session : 2012	Coefficient : 4	Durée : 3 h
Épreuve : E1A1	SUJET	Page 6/13

Document 4 : Les activités de 36 Boulevard

Activités aquatiques

- Des cours encadrés par des éducateurs, tous formés aux dernières techniques Waterform, à votre écoute pour permettre un apprentissage rapide et efficace.
- La possibilité de découvrir cinq cours différents, d'intensité graduée, et de pratiquer la nage libre, en illimité.
- Un bassin de 50 m, d'une profondeur de 1,50 m pour permettre aux débutants et aux initiés de pratiquer l'ensemble des activités dans les meilleures conditions.
- Des tests piscine réalisés sur la qualité de l'eau, tous les jours, en plus du contrôle mensuel effectué par la DDASS (Direction Départementale des Affaires Sanitaires et Sociales).

	<i>Cours Aquatiques</i>	
	AQUABIKING 	Ce concept en vélo aquatique, intense, dynamique et en étroite relation avec la musique permet d'obtenir des résultats rapides et des plaisirs variés. Cours ludique et très tendance.
AQUAGYM	Muscler-vous en douceur en utilisant la résistance de l'eau. Vivement conseillé pour reprendre une activité physique. Recommandé aux personnes qui ont des problèmes d'articulation.	
AQUAFITNESS	Le fitness a trouvé sa version aquatique. Les mouvements s'enchaînent selon une chorégraphie adaptée au tempo. Le cœur lui ne perd rien au change.	
AQUA BODY	Cours aquatique d'intensité modérée favorisant le travail musculaire, tout en douceur.	
AQUABUILDING	Cours aquatique d'intensité soutenue favorisant le travail musculaire du haut et du bas du corps.	

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL "SERVICES"

Session : 2012	Coefficient : 4	Durée : 3 h
Épreuve : E1A1	SUJET	Page 7/13

Document 4 (Suite) : Les activités de 36 Boulevard

Les activités individuelles et collectives du 36 Boulevard

Activités individuelles : s'entraîner sur nos appareils à l'aide de votre programme sportif personnalisé... ou suivant vos envies !

Un parc haut de gamme, composé de plus de 100 appareils

L'espace cardio training

Équipé d'un grand nombre d'appareils très variés, vélos, elliptiques, tapis de courses, rameurs, steppers...

Vous pourrez personnaliser votre programme (temps de travail et effort physique) AIR MACHINE s'adapte instantanément aux exigences individuelles.

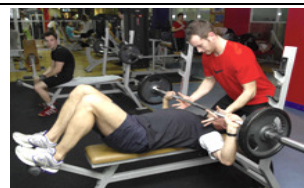
Toutes les machines sont équipées d'un écran ERGOVISION. Tous les appareils sont équipés d'un même écran tactile d'où une très grande simplicité d'utilisation. Un joystick central, facile d'utilisation, vous permettra de surfer dans les différents programmes.



Le parc Musculation : des appareils de dernière génération

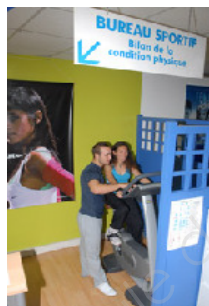
La pratique de la musculation permet de modeler son corps.

Les appareils guidés facilitent l'apprentissage des mouvements aux personnes débutantes alors que les charges libres offrent aux habitués une intensité plus importante.



Un bilan musculation

Pour que vous ne soyez pas livré à vous-même, nous vous proposons dès votre inscription, un premier rendez-vous avec l'un de nos conseillers sportifs pour établir votre programme d'entraînement. Ce premier rendez-vous vous permettra de faire le point sur vos capacités et sur les méthodes d'entraînement à utiliser pour atteindre vos objectifs. Lors de ce premier bilan, votre éducateur sportif qui vous accompagnera, vous fait travailler sur chaque machine que comporte votre programme. Vous allez pouvoir vous entraîner en toute sécurité et avec un maximum d'efficacité. Et pour vous assurer une progression permanente nous vous proposons de faire le point toutes les 8 semaines, afin de réactualiser votre programme.



Circuit training

Cours axé sur le renforcement des muscles fessiers, abdominaux et des cuisses pour un triple résultat. Circuit 30 min, idéal pour les sportifs pressés !



Vous pourrez vous **détendre**, en pratiquant
Piscine, Sauna, Hammam
en illimité

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL "SERVICES"

Session : 2012

Coefficient : 4

Durée : 3 h

Épreuve : E1A1

SUJET

Page 8/13

Document 4 (Suite) : Les activités de 36 Boulevard

Des cours collectifs en salle



Des milliers de personnes de tout âge, pratiquent avec succès ce cours unique qui a révolutionné le fitness et vous donne en un temps record, le corps dont vous avez toujours rêvé. Renforcer vos muscles, brûler vos graisses avec des exercices faciles, efficaces, sur des musiques variées, motivantes en utilisant une barre et des poids variables.



Cours nouveau et très tendance qui va transformer votre futur. Programme d'entraînement utilisant le meilleur du yoga, tai chi et Pilates qui vous aidera à vous sentir plus fort, plus souple, plus détendu et plus conscient de vous-même.



Premier cours de danse accessible à tous, y compris aux débutants. Cours proposant les musiques et les mouvements les plus tendances du moment. C'est fun, cardio et parfait pour ceux qui aiment bouger avec passion. Vous allez brûler des calories, améliorer votre condition physique et apprendre à danser.



Cours de vélos d'intérieur basé sur le cyclisme sur route. Vous roulez au rythme d'une musique stimulante sur un parcours équivalent à 20 - 25 km de terrain varié, en contrôlant l'intensité de vos efforts. Découvrez l'athlète qui est en vous ! Idéal pour ceux qui veulent rapidement perdre du poids, entretenir et développer leur capacité cardiaque ou préparer des sorties en extérieur. Montagne, contre la montre, sprint. Vous vivrez et partagerez un entraînement intense de 45 min.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL "SERVICES"

Session : 2012

Coefficient : 4


Durée : 3 h

Épreuve : E1A1

SUJET

Page 9/13

Document 5 : Tarifs 2011/2012

				TARIF PAR PERSONNE 2011/2012			
TYPE D'ABONNEMENT	Espace Forme	Durée	Séances formes	PRM ¹	FORFAIT ²	CARTE MEMBRE ³	CONDITIONS PARTICULIERES
Pass Liberté	TOUTES ACTIVITES	CDI MOIS	ILLIMITEES	49 €	-	150 €	Résiliation/préavis de 2 mois
Pass Liberté réabonnement				49 €	-	130 €	
Pass Liberté Etudiant				42 €	-	130 €	
Pass Liberté CE				49 €	-	100 €	
CLUB	TOUTES ACTIVITES	12 M	ILLIMITEES	55 €	660 €	100 €	PAS DE REPORT POSSIBLE
Pass Form 50	TOUTES ACTIVITES	12 M	50 SEANCES	13 €	650 €	60 €	LES PRIX DE TOUS LES ABONNEMENTS A DUREE DETERMINEE TIENNENT COMPTE DES PERIODES DE FERMETURE
Pass Form 6 mois		6 M		-	480 €	60 €	
Pass Form 3 mois		3 M		-	260 €	40 €	
Pass Form 1 mois		1 M	ILLIMITEES	-	110 €	10 €	
Pass Journée		1 J		-	20 €	-	

¹PRM : Prélèvement par mois (prélèvements automatiques au choix, les 4, 10 ou 15 du mois).

²FORFAIT : prélèvement possible uniquement pour Club et Pass Form 50 ; pour les autres formules, tout type de moyen de paiement accepté (chèque, carte bancaire, espèce, chèque vacances).

³CARTE MEMBRE : obligatoire pour adhérer au club ; paiement dès l'inscription ; permet de bénéficier d'offres spéciales chez nos partenaires (liste des commerçants partenaires affichée dans le centre).

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL "SERVICES"		
Session : 2012	Coefficient : 4	Durée : 3 h
Épreuve : E1A1	SUJET	Page 10/13

Document 6 : Répartition de la clientèle et statistiques de fréquentation

Extrait du fichier adhérents

Répartition de la clientèle

Année	Adhérents	Sexe		Âge				PCS	Type d'abonnement			
		H	F	18/25	25/35	35/55	+ de 55		Pass Liberté	Club	Pass Form	Pass Journée
2007	2 610	757	1 853	1 566	574	340	130	Liste ci-dessous	1 983	91	522	14
2011	3 050	1 007	2 043	1 739	702	275	334		2 745	134	147	24

PCS (Professions et catégories professionnelles)

	2007	2011
1. Étudiant ou lycéen	1 697	1 769
2. Employé, ouvrier	104	92
3. Cadre, profession intellectuelle supérieure	287	336
4. Chef d'entreprise, commerçant, artisan	288	351
5. Profession intermédiaire	116	153
6. Retraité	78	273
7. Autres	40	76
Total	2 610	3 050

Statistiques de fréquentation

Année	Taux de fréquentation des adhérents	Taux de résiliation des contrats	Rythme de fréquentation		
			1 à 2 fois/semaine	+2 fois/semaine	< ou = 1fois/quinzaine
2007	98 %	5 %	87 %	10 %	3 %
2010	99 %	6 %	86 %	12 %	2 %
2011	96 %	17 %	84 %	13 %	3 %

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL "SERVICES"

Session : 2012

Coefficient : 4

Durée : 3 h

Épreuve : E1A1

SUJET

Page 11/13

Document 7 : Les seniors représentent un quart de la clientèle des clubs de sport

Les seniors sont en majorité trop sédentaires, ce qui est mauvais pour leur santé. Pourtant, de plus en plus souvent, les pouvoirs publics mais aussi les professionnels de santé ou les médias, conseillent aux plus de 50 ans de pratiquer régulièrement une activité physique. Aux États-Unis, il semblerait que le message ait été entendu depuis longtemps déjà. En effet, depuis une quinzaine d'années, les clubs de sport se sont adaptés aux quinquagénaires et plus. Résultat : ils sont assiégés par les seniors et réalisent par ailleurs de confortables bénéfices.

Depuis quinze ans déjà, l'industrie du fitness aux États-Unis s'est intéressée à la clientèle senior. Ainsi, de nos jours en Amérique, selon l'Association internationale des clubs de sport et de santé, les 55 ans et plus représentent un quart de la clientèle des centres de fitness et les programmes adaptés à cette population ne cessent de se développer, indique un récent article de l'Associated Press.

Il est vrai que dans les salles de sport, les plus de 50 ans ne peuvent pas tous suivre le même rythme que les adeptes plus jeunes. Ils n'ont pas tous envie, non plus, de se retrouver au même moment à pratiquer des exercices différents. Par ailleurs, certaines femmes seniors se sentent plus à l'aise lorsqu'elles sont entre elles. «*Je n'aime pas être entourée de toutes ces jeunes qui font du 36*» indique une sexagénaire. «*Je préfère un endroit où les gens de mon âge peuvent se sentir à l'aise, de nos jours ce n'est pas trop compliqué à trouver*» ajoute-t-elle. En effet, alors que dans les années 90, les clubs de fitness tentaient d'attirer uniquement une clientèle de jeunes adeptes des machines dernier cri, des bars à jus de fruits et des salons de bronzage, l'offre a évolué et les grandes enseignes proposent mainte-

nant des cours plus accessibles, tels que l'aquagym, la marche, l'aérobic sur chaise, etc. qui sont tous plus adaptés à une clientèle qui a dépassé la cinquantaine. Ainsi le groupe Bally Total Fitness a récemment lancé une campagne de communication destinée plus spécifiquement aux baby-boomers. Elle représente une grande variété de personnes différentes, de manière à ce que les plus jeunes membres de cette chaîne de salles de fitness ne se sentent pas mis à l'écart non plus. «*On a décidé de s'éloigner de l'image classique qui ne montrait que des jeunes aux physiques de dieux grecs*» indique le responsable du marketing de cette entreprise.

Si les nombreux clubs de fitness américains se tournent depuis quelques temps vers les clients de plus de 50 ans, ce n'est pas *uniquement* pour le bien-être physique des seniors. Les chaînes ont vite compris que ces citoyens souvent aisés ont beaucoup de temps libre.

Et si les boomers et les seniors faisaient repartir cette industrie tout en se maintenant en forme ? Ce ne serait pas si mal, et tout le monde en sortirait gagnant.

Source : www.senioractu.com

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL "SERVICES"		
Session : 2012	Coefficient : 4	Durée : 3 h
Épreuve : E1A1	SUJET	Page 12/13

Document 8 : Modalités d'organisation de «La semaine de la Vitalité Eau»

Les statistiques de l'année de 2011, ont révélé un taux de résiliation des contrats exceptionnellement élevé, consécutif à la fermeture du club pendant l'été 2011 pour cause de travaux (agrandissement de la piscine)

Organisation de la semaine de Vitalité Eau

Au programme :

- Un nouveau cours spécialement créé «Les Aquas en Folie» : circuit training dans l'eau avec tous les matériaux utilisés lors des cours de piscines (vélos, steps, haltères et petits matériels,...) ; le planning sera mis en ligne sur le site.
- Des défis individuels Aquabike avec remise de prix (bons d'achats chez les partenaires de la carte membre).
- Une dégustation et une distribution gratuite de compléments alimentaires par l'entreprise INKO, dont les produits sont vendus en libre-service dans le club.

Objectifs du courriel envoyé aux clients

- Insister, à travers le programme, sur le côté nouveauté.
- Trouver un titre accroche qui figurera en haut du courriel.
- Inciter les adhérents à venir participer à cette semaine accompagnés d'une personne de leur choix afin de leur faire profiter de notre formule de parrainage (remise d'un chèque de 50 € au parrain pour toute adhésion éventuelle en Pass Liberté).
- Proposer de s'inscrire en ligne à l'aide du formulaire sur le site.

Document 9 : Coûts de l'opération de communication

5 % des clients ne possèdent pas d'adresse mél ; il faut les informer au moyen d'un publipostage.

Coût de cette opération :

- Une demi-heure consacrée à la préparation et à l'envoi des courriels.
- Deux heures nécessaires pour la rédaction, la saisie, les impressions des lettres.
- 3 documents à insérer dans chaque enveloppe (la lettre de publipostage, le formulaire d'inscription, le planning de la semaine de la Vitalité eau).
- Ramette de 500 feuilles de 5 €.
- Enveloppes 3 € les cents.
- Tarif courrier ECOPLI, poids 50 g, 0,78 €.

Autres éléments à prendre en considération :

- Coût de l'amortissement du micro-ordinateur, du logiciel de traitement de texte et de l'imprimante : environ 15 €.

Salaire horaire 14 €, charges comprises.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL "SERVICES"		
Session : 2012	Coefficient : 4	Durée : 3 h
Épreuve : E1A1	SUJET	Page 13/13