



LES CARACTÉRISTIQUES DES DIFFÉRENTS PUBLICS

BP JEPS APT et AF

Bloc de compétence :

Objectif du cours : Connaître les différentes caractéristiques du public et identifier le profil type au sein de sa structure

Moyens : Cours magistral + pratique

Prérequis : Maîtriser les différentes caractéristiques du public

Support de compétences transversales :

Projet

L'ensemble des différents publics

Communication

Adaptation des exercices/variables - méthode d'animation

Évaluation du bloc :

Le :

Par : Floriane DA SILVA



Les différentes catégories d'âge et types de public



0-3 ans : **La petite enfance**



3-6 ans

6-8 ans

8-10 ans

L'enfance



10-11 ans : **Pré-adolescence**



11-13 ans

14-17 ans

Adolescence



18-60 ans : **Adulte**

18-30 ans

30-45 ans

45-60 ans

L'Organisation Mondiale de la Santé divise la **vieillesse** en **3 étapes** :



60-75 ans : jeune senior, début de la vieillesse (un premier palier).

75-90 ans : senior, vieillesse tardive.

90+ : grand senior, longévité (quatrième âge).



Comment étudier un public ?

Les différents domaines de fonctionnement d'une personne

1. Domaine cognitif



Domaine du **savoir** ou **de la connaissance**.

Domaine de la pensée, de la réflexion, de la compréhension, de la capacité de jugement, de la représentation de l'intelligence au sens large qui permet de faire des **observations** et des relations, d'analyser, **de prendre des décisions...**



La capacité d'un pratiquant à comprendre une consigne, mémoriser un parcours ou s'adapter à une règle.



2. Domaine physique

Le domaine physique concerne les **aspects biologiques et physiologiques** du corps humain, comme la force, l'endurance, la souplesse, la vitesse, les capacités cardiovasculaires et respiratoires.



Le niveau d'endurance d'un participant de 50 ans pendant un circuit training ou une randonnée.



3. Domaine moteur

Le domaine moteur fait référence à **la capacité à réaliser des mouvements de manière coordonnée et efficace**. Il comprend la motricité globale (course, saut, lancer...) et la motricité fine (préhension, équilibre, précision...).



La coordination d'un enchaînement de gestes dans un cours de STEP.

Le tir précis d'un enfant âgée de 6 ans au Handball



4. Domaine Sensorielle

Le domaine sensoriel regroupe les capacités liées **aux sens** : la vue, l'ouïe, le toucher, l'odorat, le goût, ainsi que le sens de l'équilibre (vestibulaire) et la perception du corps dans l'espace (proprioception).



La réaction à un signal sonore pour démarrer un exercice, ou le besoin d'adapter une activité à une déficience visuelle.



5. Psychique

Ce domaine englobe les **dimensions affectives**, émotionnelles et mentales d'une personne : confiance en soi, motivation, stress, estime de soi, gestion des émotions, *relations sociales*...



Donc nous verrons : Leurs besoins, leurs motivations, les émotions, les aspects pédagogique d'un éducateur



La motivation à participer, la gestion du stress lors d'un jeu compétitif ou la capacité à coopérer en groupe.



Pourquoi les étudier ?

Pourquoi est-ce important dans pratique sportive ?



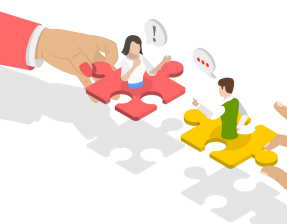
L'éducateur sportif doit faire passer un **message**.



Pour que ce message passe bien il doit **connaître qui il a en face**.



Qui est mon public ? Son âge ? Ses caractéristiques ? Ses capacités ?



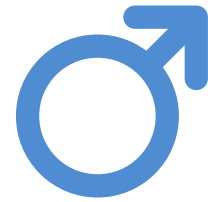
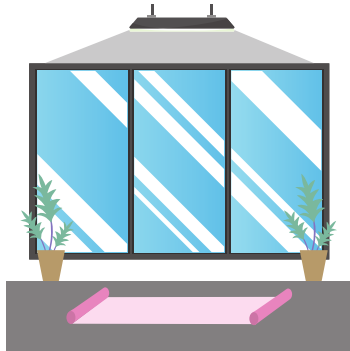
Dans une démarche de projet à coupler évidemment avec la partie sportive, il y a une démarche commerciale (prospects à aller chercher), intérêt financier. 

Tout d'abord il est important d'identifier le **profil type** de votre structure.



Profil type

Le profil type est une liste des **caractéristiques** composant la **majeure** partie du public **présent** dans une structure :



Homme - Jean



Âge : 30 ans



Profession : Fonctionnaire



Motivation/besoin - Exercer - pratiquer une activité physique
second plan : une activité à caractère social



Objectif : Prise de masse



En lien avec votre projet, vous devez identifier et analyser un **public cible**

- Son environnement.
- Sa situation familiale.
- Sa situation économique.
- Sa situation professionnelle. Ses valeurs et engagements. Ses besoins.
- Ses codes.
- Ses motivations.



Pour identifier son public cible il est important d'**identifier ses différents points**.

Afin de valider, si votre projet est en **adéquation avec public cible**.

Il est déterminant pour la **réussite** d'un projet.

Le choix de votre public cible permettra par la suite une détermination de la **stratégie de communication** la plus pertinente **(cours sur la communication)**