

RAPPORT GÉNÉRAL : IMPACT DES ÉVÉNEMENTS SUR LA RÉTENTION

1. INFLUENCE ET POIDS RELATIF DE L'OFFRE

Ce tableau présente la part de chaque type d'événement dans l'activité totale et leur capacité intrinsèque à générer une participation suivante (tous utilisateurs confondus).

Type d'Événement	Part du Volume Total (%)	Taux de Rétention Global (90j)
Événements Réguliers	97,08 %	79,06 %
Événements Spéciaux	2,92 %	55,62 %

Analyse : La routine est le pilier de FITFAM. Une session régulière a **8 chances sur 10** d'être suivie d'une autre participation, contre seulement **5,5 chances sur 10** pour un événement spécial.

2. RÉENGAGEMENT ET LUTTE CONTRE LE CHURN

Le réengagement analyse le comportement des utilisateurs qui reviennent après une période d'inactivité de plus de 30 jours.

A. Performance Globale (Données cumulées)

Ce tableau compare l'efficacité des deux types d'événements pour "fixer" durablement un utilisateur qui sort d'une période de churn.

Type de Session de Retour	Taux de Rétention Post-Retour	Fréquence (Sessions / 90j)
Session Régulière	70,2 %	5,6 sessions
Événement Spécial	59,1 %	4,7 sessions

Analyse : Revenir via une session régulière stabilise mieux l'utilisateur dans le temps qu'un événement ponctuel.

B. Évolution Annuelle du Réengagement

Comparaison du taux de rétention (succès du réengagement) au fil des années :

Année	Rétention (Régulier)	Rétention (Spécial)	Écart de Performance
2019	70,2 %	45,4 %	- 24,8 %
2021	68,0 %	46,1 %	- 21,9 %
2023	70,3 %	50,7 %	- 19,6 %
2024	67,9 %	36,3 %	- 31,6 %

3. LE CAS DES "NEW-NEW" (Première séance à vie)

Analyse des utilisateurs dont la toute première expérience FITFAM commence par un événement spécifique.

Type de 1ère séance	Taux de Rétention (90j)	Nb Moyen de sessions suivantes
Session Régulière	51,8 %	3,9
Événement Spécial	21,4 %	1,6

Analyse : Commencer par un événement social "casse" le parcours d'adhésion. L'utilisateur perçoit l'expérience comme une exception plutôt que comme le début d'une nouvelle habitude.

4. RÉSUMÉ DES CAUSES ET RECOMMANDATIONS

Pourquoi les Événements Spéciaux sont-ils moins performants ?

- **L'Effet "One-Shot"** : Ils sont perçus comme une fête unique. Une fois terminée, l'utilisateur n'a pas de "prochain rendez-vous" identifié dans sa semaine.
- **Manque de Cadre** : Les sessions régulières (ex: HIIT du lundi 7h) réinstallent immédiatement un cadre temporel stable et une habitude.
- **Profil d'Engagement** : Les nouveaux membres arrivant par le social sont statistiquement moins susceptibles d'adopter une routine sportive intense.

Recommandations Stratégiques :

1. **Priorité Routine** : Les campagnes de réengagement doivent impérativement promouvoir les sessions régulières locales.
2. **Parcours Nouveau Membre** : Un nouveau membre doit idéalement découvrir FITFAM via une session régulière pour maximiser ses chances de rétention.
3. **Usage des Événements Spéciaux** : Ils doivent servir de levier de cohésion pour les membres **déjà actifs** plutôt que d'outil de recrutement ou de sauvetage.