

24/03/2016



LE MARCHE DU RUNNING EN FRANCE : A L'AUBE D'UNE NOUVELLE ÈRE ?

La **course à pied** et ses différentes formes de pratique est devenue un véritable **phénomène de société**. Toutes les catégories socio-professionnelles, toutes les catégories d'âges sont concernées par cette discipline qui se pratique dans les rues, les parcs, les montagnes et les forêts, tout au long de l'année.

En France, le Running est d'ailleurs le marché le plus important à la fois en volume et en valeur ! En s'appuyant sur sa dernière enquête nationale, la **FIFAS** a analysé et décrypté les **modes de pratique et habitudes de consommation de ces coureurs pour en dégager les principales tendances d'évolution de ce marché**.

Les chiffres clefs du marché :

Les différentes études éditées ces deux dernières années confirment qu'il y a environ **8 500 000 français qui pratiquent la course à pied en France**.

Ils sont 19%, (**soit environ 1,7 million**) à « mettre un dossard » pour participer à une course organisée.

C'est le segment de la chaussure qui porte le marché avec **8,2 millions de paires vendues par an pour un Chiffre d'Affaire évalué à 500 millions d'euros**.

Si l'on ajoute le textile et les accessoires **le marché global du running s'élève à 850 M€ en France**.

On perçoit des signaux faibles quant à l'évolution de ce marché et trois tendances se dégagent :

Une féminisation de la pratique :



Incontestablement **la femme apporte un nouvel élan au peloton** ! Si l'on considère les « runners compétiteurs » (ceux qui mettent un dossard), elles sont plus de 600 000 dont **32%** de femmes qui pratique depuis **moins de 2 ans**.

Il est intéressant de noter que leurs **sources de motivations** sont sensiblement différentes de celles des hommes. Ainsi **29%** d'entre elles courent pour « **leur apparence** » **et elles sont également beaucoup plus à la recherche de convivialité (42% courent avec des ami(e)s)**.

Vers une pratique collective et ludique :



Les Mud Day, Frappadingue et autres Color Run envahissent le calendrier des courses et attirent de plus en plus de participants. Elles séduisent davantage les **femmes et les jeunes de 19-25 ans** que les courses sur routes « classiques ».

Ce qui est assez logique puisque **les pratiquants (et en particulier les femmes) y recherchent convivialité (52%) et esprit d'équipe (38%)**.

Enfin, si 90% des « runners compétiteurs » envisagent de participer à une course sur route lors des prochains mois, **ils sont 4 sur 10 à avoir l'intention de participer à une course ludique** (58% chez les moins de 30 ans).

Des nouvelles tendances de consommation :



Avec la montée en puissance de ces nouveaux pratiquants (femmes, moins de 30 ans) et l'importance des médias de mobilité (**74% des 19-25 ans partagent leur passion du running au travers des réseaux sociaux**), on constate une évolution des modes et lieux de consommation des produits.

De fortes attentes en matière de « conseils », via les **sites spécialisés sur Internet (privilégiés par les -de 30 ans à 71%)** mais aussi **auprès des vendeurs en magasins (46% chez les femmes)**. A noter également l'émergence d'une nouvelle forme d'achat, le **show-rooming**, qui consiste à essayer le produit en magasin avant de l'acheter sur Internet. En effet **14% des runners déclarent toujours essayer des produits avant l'achat sur le e-commerce**.

La FIFAS, Fédération Française des Industries Sport & Loisirs : Porte-parole de l'industrie du sport et des loisirs depuis sa création en 1930, elle **représente institutionnellement et juridiquement** ses adhérents au niveau national et européen. Véritable plateforme d'échanges et de veille, elle **informe, conseille et accompagne** ses membres au quotidien. Sa raison d'être : développer réseaux, services et expertises. Entrez dans un univers de plus de 270 marques du sport et des loisirs : www.fifas.com

Contacts Presse : Virgile Caillet - virgile.caillet@fifas.com - 06 80 08 32 44

La FPS, Fédération Professionnelle des entreprises du Sport et des loisirs rassemble plus de 1320 entreprises spécialisées dans la conception, la vente et la location d'articles de sports qui exploitent 2700 établissements, emploient 55 000 salariés et réalisent 7,6 milliards d'euros de chiffre d'affaires.

Elle représente officiellement le secteur sport auprès des Pouvoirs Publics, des médias, des institutions, des partenaires et organismes sociaux, des centres de formation et techniques. A ce titre, elle négocie et signe les conventions collectives du secteur. www.entreprisesdusport.com

Contact Presse : Brice Blancard - bblancard@fps-entreprisesdusport.com - 06 33 63 69 02

TEAMEDIA : Régie publicitaire qui compte 230 salariés et **commercialise des plateformes de communication** auprès du marché publicitaire. La régie rassemble **30.8 Millions de consommateurs par mois** (Crossmédias Médiamétrie 2014), soit 3 Français sur 5, 2 hommes sur 3 ou encore 2 actifs sur 3.

Contact Presse: Anne Schmitt - aschmitt@teamedia.fr - 01 41 04 98 20