

Edition FIFAS

FiFAS
fédération française des industries sport & loisirs

Etude Running/Trail

Septembre 2015



Sommaire

Objectif et méthodologie (4)

Introduction (5)

1. Le running/trail et moi (6-27)

2. Le running/trail et son e-actualité (28-32)

3. Modes de consommation (33-71)

Contacts (72)

*Source : Service Etudes, FIFAS 2015 - Contenu soumis à l'article L. 122-4 et suivants du CPI.
Toute divulgation, utilisation, reproduction ou distribution non autorisée des informations est interdite*



La course à pied et ses différentes formes de pratiques (trail, running, courses ludiques..) est devenue un véritable phénomène de société. Toutes les catégories socio-professionnelles, toutes les catégories d'âges sont concernées. L'importance de ce segment de marché a incité la FIFAS à conduire une enquête destinée à analyser et décrypter les modes de pratiques et habitudes de consommation des "coureurs-compétiteurs".



Etude réalisée auprès de 2099 individus de 15 ans et plus. Echantillon, redressé, **représentatif** des coureurs-compétiteurs en France sur la base d'études réalisées par KantarSport en 2013 et 2014 à partir du fichier qualifié « **Sport'Up** ».

NB : On entend par coureurs-compétiteurs des personnes ayant pris part à une course organisée en 2014, soit 1,7 million de coureurs.

*Etude administrée du **10 juillet au 21 juillet 2015***

Nb : Ce rectangle rose indique que la question posée est une question de type « assistée ».



Introduction

En France, près de **9** millions de personnes pratiquent régulièrement la course à pied, que ce soit du Trail ou du Running. Face à une pratique en **pleine expansion** et à la multiplication substantielle des courses officielles, les professionnels entendent mieux connaître les modes de pratiques des coureurs mais également comprendre leurs leviers de consommation.

Cette étude analyse les **habitudes de consommation et de pratique** des principaux concernés, à savoir le **Runner** et le **Trailer**.

