

Analyse de marché - octobre 2013

***Le marché
des sports pédestres :
randonnée, trail, marche nordique***



Table des matières

1. La randonnée pédestre, 1 ^{ère} activité physique des Français.....	3
2. Fauteuil tout terrain (FTT) : la pratique se structure.....	5
3. Le trail.....	7
3.1. Une activité en pleine croissance.....	7
3.2. Des pratiques de trail qui évoluent.....	8
4. La marche nordique, un marché prometteur	10
5. S’informer via les sources incontournables	11

Dans le cadre de la démarche « Atouts, solutions gagnantes pour l’artisanat », le réseau des CMA de Rhône-Alpes propose des analyses sur la situation d’un marché des sports de nature ou des sports outdoor.

Il s’agit ici de la 2^{ème} analyse réalisée dans ce cadre. La 1^{ère} portait sur le marché du vélo et a été réalisée en juillet 2013.

Rédaction : Virginie FLEURY, CMA 74

Pour toute diffusion ou utilisation de ce document, merci d’indiquer systématiquement la source des données et de citer ce document de la manière suivante :

Réseau des Chambres de Métiers et de l’Artisanat de Rhône-Alpes. Le marché des sports pédestres : randonnée, trail, marche nordique. 10/2013

Photos de couverture : Phovoir

15 millions de personnes pratiquent la randonnée régulièrement. Les salons de la randonnée se multiplient dans l'Hexagone, les magasins de sport agrandissent leur rayon "marche", tandis que la pratique a beaucoup évolué ces dernières années.

Quels sont les chiffres clés de ces activités ? Quelles tendances retenir ? Focus sur les activités de randonnée, de trail et de marche nordique.

1. La randonnée pédestre, 1^{ère} activité physique des Français

Chiffres clés

- 15 millions d'adeptes, plus ou moins assidus, et un noyau de 1,5 million de pratiquants réguliers¹
- 400 000 pratiquants en itinérance²
- 3 400 clubs affiliés à la FFR (Fédération Française de Randonnée), 218 000 licenciés, 35 % de plus en 10 ans. En 2012, 61,2 % des licenciés sont des femmes. L'âge médian est de 62 ans
- 180 000 km de sentiers balisés, en cours de numérisation. Adieu boussole, bonjour téléphone portable !
- 69 % des Français pratiqueraient la randonnée pédestre comme loisir. Elle se pratique généralement en famille ou avec des amis, plutôt que seul ou en club. Cette activité est fortement connotée « nature » : seuls 24 % des Français seraient attirés par la randonnée en ville³
- Segment de la chaussure de randonnée : 800 000 à 1 million de paires de chaussures de grande rando vendues par an, 2 millions de paires par an pour le mutiactivité⁴

Le contexte économique et social actuel est favorable aux pratiques de randonnée. La randonnée fait écho aux aspirations contemporaines de retour à la nature, de simplicité et d'échange. Accessible, elle est en phase avec les tendances liées au bien-être ou au tourisme vert. Le nombre de pratiquants est en constante augmentation.

« La demande s'oriente vers :

- les sorties en famille (afin de partager de bons moments),
- la simplicité (des produits faciles pour des touristes lambda),
- le « tout prêt » exemple avec un sac-à-dos qui proposerait une protection contre la pluie, une trousse de secours et une gourde). »⁵

Les randonnées thématiques ont ainsi du succès aujourd'hui. Rando yoga, rando aquatique, rando rencontre avec les chamois ont ainsi fait leur apparition, mais aussi la randonnée ludique, qui se décline sous la forme de randonnée mystère ou d'une chasse aux trésors.

¹ Source : Outdoor experts, 07-08/2013, p. 48, <http://fr.calameo.com/read/001225080f66d20d774>

² Source : GTA. L'itinérance pédestre, aujourd'hui et demain. 09/2011. http://www.grande-traversee-alpes.com/uploads/images/Documents-Association/GTA_Etude_NillesPratiquesRando_Sept2011.pdf

³ Source : Ifop pour FFRandonnée. « Les Français et la randonnée pédestre », 05/2008. <http://www.ifop.com/media/poll/randonnee.pdf>

⁴ Source : Outdoor experts, 09/2012.. <http://fr.calameo.com/read/001225080c323a8c50a27>

⁵ Source : RENEVIER Eric. Eco des pays de Savoie, n°37, 17/09/2010, p. 6-7

Aujourd'hui, la randonnée est moins connotée efforts physiques, comme par le passé, mais plutôt plaisir et légèreté.⁶ D'après le sondage Ifop pour FFRandonnée, elle est pratiquée pour s'entretenir, sans nécessité d'un effort physique intense, se détresser, s'aérer l'esprit, et pour partager un moment convivial.

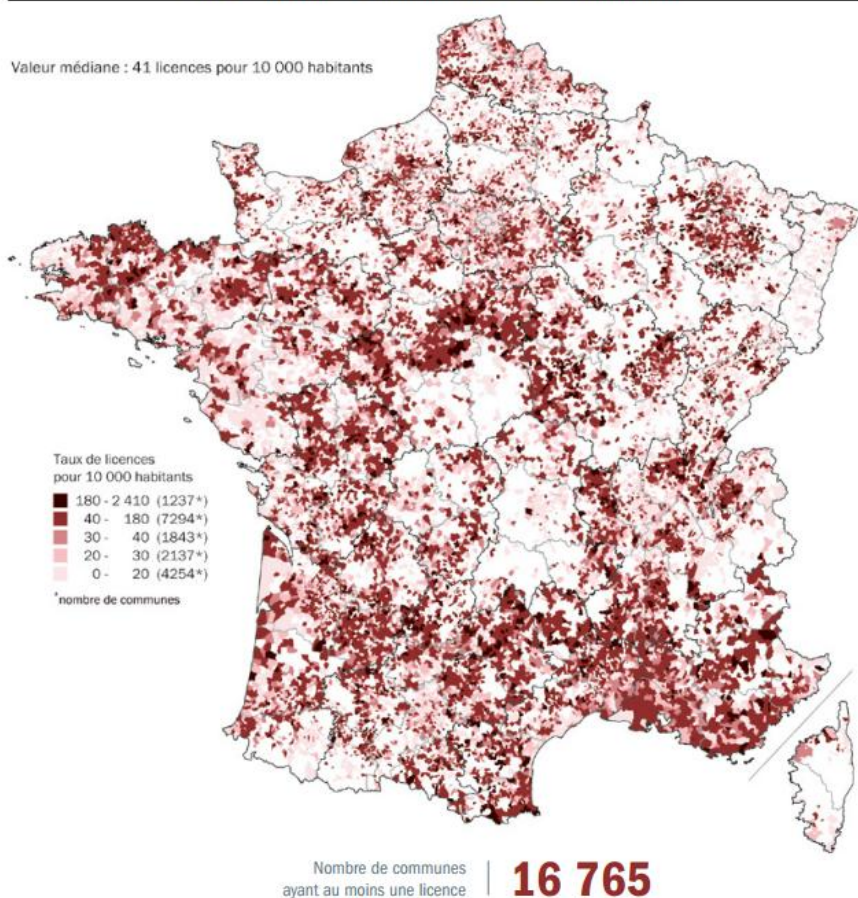
Les pratiques évoluent. Ainsi, pour le randonneur occasionnel, il faut que ce soit rapide, qu'il rentre tôt, pour pouvoir éventuellement pratiquer une autre activité par la suite.

Dans les magasins, la légèreté est la caractéristique des articles la plus demandée par les clients.

La pratique de la randonnée pédestre est loin d'être limitée aux zones montagneuses, comme en atteste la répartition des licences à la FFRandonnée :

FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA RANDONNÉE PÉDESTRE

Carte du taux de licence pour 10 000 habitants



62,0 | Nombre moyen de licences par club

	Hommes	Femmes	Total
Nombre de licences	80 498	126 988	207 486
Taux de licences en ZUS	1,8 %	2,2 %	2,1 %
Âge médian	63	61	62

	Pôle Urbain	Espace périurbain	Autres espaces	Ensemble
Population totale	58,6 %	23,9 %	17,4 %	100,0 %
Nombre de licences	54,2 %	25,0 %	20,7 %	100,0 %
Population hommes	57,9 %	24,5 %	17,6 %	100,0 %
Nombre de licences hommes	52,7 %	26,1 %	21,1 %	100,0 %
Population femmes	59,3 %	23,4 %	17,3 %	100,0 %
Nombre de licences femmes	55,2 %	24,3 %	20,5 %	100,0 %

ATLAS NATIONAL DES FÉDÉRATIONS SPORTIVES 2012

Source : Atlas national des fédérations sportives 2012. <http://www.sports.gouv.fr/IMG/pdf/atlas.pdf>

« La randonnée pédestre, prise dans son ensemble, constitue la pratique de base des touristes, quel que soit leur profil, puisqu'elle représente la 1^{re} activité physique des Français en vacances. »⁷ Les collectivités territoriales l'ont bien comprises et s'approprient de plus en plus la randonnée en tant qu'instrument de promotion.

Les sites de pratique se multiplient, des labels qualité apparaissent, tel [Destination Rando](#) développé par Rando Accueil, Rando Campagnardes® par la FFR Loire, Rando Challenge par la FFR. L'apparition de label est par ailleurs un signe de l'exigence de qualité du public.

⁶ Source : France Inter. « Les Français et la marche : le boom de la rando ». 22/07/2013. <http://www.franceinter.fr/emission-le-zoom-de-la-redaction-les-francais-et-la-marche-le-boom-de-la-rando>

⁷ Source : FFR, CAF, GTA, FFCAM, SNAM. « De l'itinérance aux pratiques itinérantes : vers un nouveau tourisme ? » 03/2010. <http://www.ffrandonnee.fr/data/medias/files/GTA10-EtudItin09-Synth-3003-FIN.pdf>

L'expertise de la France est aujourd'hui très sollicitée à l'international pour son savoir-faire dans la création et la gestion des itinéraires, mais aussi pour inscrire la randonnée dans une démarche de développement local durable. »⁸ Cette connotation peut bénéficier aux produits « fabriqué en France ».

Du côté de l'offre industrielle, **la randonnée constitue une industrie qui, pour perdurer, innove et cherche à répondre aux exigences du consommateur : polyvalence, légèreté, durabilité sont les maîtres mots.** Dans son sillage, la randonnée dynamise les fabricants de sacs à dos, de bâtons et surtout de chaussures.⁹

« Hors équipement, les achats déclarés pour un usage marche ou randonnée sont sur une tendance à la baisse en quantité, et stable en chiffre d'affaires. Cela témoigne vraisemblablement d'une **pratique sportive marche-randonnée qui stagne en moyenne sur le marché de masse** car sinon les volumes de vente augmenteraient du fait du renouvellement des produits usés. »¹⁰

2. Fauteuil tout terrain (FTT) : la pratique se structure

« Si le FTT fait son apparition en France dans les années 90, la pratique va réellement commencer à se développer à partir des années 2000 avec le développement du matériel. **En 2011, 5 fabricants de FTT étaient recensés en France, dont certains en Rhône-Alpes.**

Le poids d'un FTT est d'environ 20 kg. Il est généralement composé d'un siège adapté, d'un guidon, de 3 ou 4 roues, d'amortisseurs et de freins à disques. Le matériel est également équipé de dispositifs de sécurité (ex : sangles de maintien, arceau de protection en cas de retournement, etc.).

Les éléments constitutifs des FTT proviennent en règle générale de l'industrie du cycle, notamment les roues, et les systèmes de suspension et de freinage. Les engins sont de plus en plus sophistiqués, certains étant équipés de système à propulsion électrique ou encore de freins à disques hydrauliques. Ce processus a notamment pour effet de renforcer le confort, la sécurité, et les performances du matériel.

Le prix d'un FTT se situant entre 5 000 et 10 000 €, très peu de pratiquants sont propriétaires de leur matériel.

Pour pouvoir être utilisé sur les remontées mécaniques, un FTT doit bénéficier d'un avis délivré par la Commission d'Homologation des Fauteuils Tout Terrain.

Cette commission est composée du Service Technique des Remontées Mécaniques et des Transports Guidés (STRMTG), du Syndicat National des Téléphériques de France (SNTF) et de la Fédération Française Handisport FFH).

⁸ Source : Guisthauconsult. « Etude de développement : le Chambon des neiges », 2010

⁹ Source : LAMOUREUX Nathalie. 25/07/2010. <http://www.lepoint.fr>

¹⁰ Source : NPD pour OSV. 03/07/2013. <http://www.filieresport.com/marche-de-toutdoor-ski-en-hausse-randonnee-en-baisse/>

Les conditions et les prescriptions d'utilisation des matériels homologués sur les remontées mécaniques sont fixées par la Commission. Il convient de noter que l'utilisation d'un FTT homologué sur une remontée mécanique devra néanmoins être acceptée par l'exploitant, et autorisée dans le cadre du Règlement de Police Particulier et du Règlement d'Exploitation Particulier de la remontée mécanique.

La liste des matériels homologués et leurs conditions d'utilisation sont disponibles sur le [site Internet du STRMTG](#).

Les pratiquants de FTT sont principalement des personnes à mobilité réduite (paraplégiques, tétraplégiques ayant un minimum de préhension manuelle, personnes amputées et personnes hémiplégiques) en quête de découverte, d'autonomie en milieu naturel et de sensations fortes. L'originalité de la discipline réside notamment dans le fait qu'elle **peut aussi être pratiquée par des personnes valides**, ce qui favorise une pratique mixte handi-valide, vectrice d'intégration, de convivialité et de partage. »¹¹

La " FFH (Fédération française handisport), et plus particulièrement la commission nationale randonnée, a mis en place un groupe de travail spécifique à la discipline du Fauteuil Tout Terrain.

Celui-ci aborde différentes thématiques et les différents matériels. Il s'est, dans un premier temps, concentré sur une structuration de la pratique, conformément aux travaux engagés lors des assises Sports de Nature de Vogüé. A ce titre, le groupe travaille sur un référentiel de pratique à 4 niveaux. Celui-ci comprend aussi bien des techniques de pilotage, que des connaissances et savoir-faire concernant le milieu de pratique, la préparation de la sortie, la mécanique des appareils...

L'objectif est d'éditer un document, type passeport de pratique, à remettre aux sportifs. Le document serait à la fois un aide-mémoire avec du contenu, un outil pour la formation des sportifs et leur évolution, un outil validant les niveaux de pratique atteints et par conséquent le niveau d'autonomie de chacun. Le but n'étant naturellement pas une discrimination mais bien une possibilité d'adaptation au mieux des pratiques et des itinéraires que ce soit en pratique club ou lors de manifestations

Le groupe est également en cours d'élaboration de règles fédérales pour les manifestations de FTT dans le cadre de l'article L 331-1 du code du sport : « Les fédérations délégataires édictent des règlements relatifs à l'organisation de toutes les manifestations dont elles ont la charge dans le respect notamment des règles définies en application de l'article L. 123-2 du code de la construction et de l'habitation. »¹²

¹¹ Source : Pôle ressources national sports et handicaps. 10/2011. http://www.handicaps.sports.gouv.fr/images/stories/fichiers/prnsh/productions_prnsh/lettre_experte_fttinternet.pdf

¹² Source : Fédération française handisport. Rando info : l'actualité de la commission randonnée handisport, n° 1, avril 2013. <http://www.handisport.org/NewsletterRando/Rando-info1.pdf>

3. Le trail

3.1. Une activité en pleine croissance

L'International Trail Running Association (ITRA) définit le trail comme « une compétition pédestre ouverte à tous, dans un environnement naturel (montagne, désert, forêt, plaine...) avec le minimum possible de routes cimentées ou goudronnées (qui ne devraient pas excéder 20 % de la distance totale).

Le terrain peut varier (routes de terre, chemins forestiers, sentier monotrace...) et le parcours doit être correctement marqué.

La course est idéalement – mais pas nécessairement – en semi autosuffisance ou en autosuffisance et se déroule dans le respect de l'éthique sportive, de la loyauté, de la solidarité et de l'environnement. »¹³

Chiffres clés

- Selon le VO2 Book 2013, il existe 1 322 trails, 54 ultra-trails, 729 courses (moins de 20 km) et 197 courses de montagne.
A titre de comparaison, en 2003, 150 trails étaient organisés en France.¹⁴
- Entre 300 000 et 400 000 pratiquants, dont 80 000 compétiteurs qui font au moins 3 courses dans l'année
- Un marché en croissance de 20 % par an

Le marché du trail représente 13 % de l'ensemble des ventes de chaussures de sport, 14 % des ventes de textile de course à pied et 43 % des sacs et accessoires. **Il progresse de 20 % par an**, soit une croissance supérieure à celle du marché du running qui pourtant affiche une progression déjà forte de 17 %.

Les ventes de paires de chaussures de trail running explosent. Dans le milieu des chaussures de sport, le running est le seul marché à avoir une croissance à deux chiffres.

Selon le cabinet NPD, ce marché est estimé à « 300 millions d'euros (M€) de chiffre d'affaires TTC en 2012 au niveau européen, sur la base d'un effectif de 3,8 millions de coureurs européens et d'une hypothèse d'achat d'une paire de chaussures de trail par an, au prix moyen de 80 €.

En Allemagne, pays précurseur en matière d'outdoor, le marché est chiffré par NPD à 69 M€, avec un prix moyen de 95 € et un volume de 795 000 paires. Il devrait atteindre 78 M€ en 2013, soit une croissance de 13 %.

La France arrive derrière avec 32 M€ au détail en France, soit 427 000 paires de chaussures vendues à 75 €. Il devrait atteindre 36 millions d'euros en 2013, soit une hausse de 12 %.

NPD souligne toutefois que la chaussure de trail ne gagne plus de parts de marché sur la chaussure de running classique, ce qui semble marquer la fin du transfert des pratiquants de la course sur route au trail. »¹⁵

Salomon est le numéro 1 du trail en France, suivi par Asics (12 % de part de marché en 2012).¹⁶

¹³ Source : ITRA. Page en date du 24/10/2013. <http://www.trail-running-association.org/page/259/>

¹⁴ Source : Outdoor experts, 07-08/2013, p. 41. <http://fr.calameo.com/read/00122508080f66d20d774>

¹⁵ Source : Filière sport, « Les marchés du trail et de la marche nordique vecteurs de croissance », 18/09/2013. <http://www.filièresport.com/hpd-chiffre-les-marches-du-trail-et-de-la-marche-nordique/>

¹⁶ Source : Outdoor Experts, 04/2013, p. 31

* Source : Le messager. « Tourisme : trail, l'ampoule aux œufs d'or. » 29/08/2013. http://www.lemessager.fr/Actualite/Faucigny/2013/08/28/article_tourisme_trail_l_ampoule_aux_oeufs_d_or.shtml

3.2. Des pratiques de trail qui évoluent

« L'essor du trail renvoie notamment à l'évolution du rapport au risque qui se traduit par un **désinvestissement de l'alpinisme au profit du trail, par exemple, et à un phénomène d'athlétisation de la pratique**. Le trail attire ainsi les adeptes de course à pied, fort nombreux, en provenance de milieu urbain et à la recherche de nature. La banalisation des longues distances, de l'effort, est une tendance observée qui va aussi dans ce sens.

Le trail recouvre 2 types de pratiques distinctes :

- **une pratique qui se rapproche de la course à pied, plus axée sur la performance et la compétition.** Plus éloignée de l'itinérance dans la démarche, elle se pratique sur des parcours très balisés.
- **une pratique plus axée sur la découverte et l'aventure,** dont le lien avec l'itinérance est plus fort. Elle nécessite une plus grande expertise des milieux traversés et se réalise sur des parcours moins balisés. Elle concerne un nombre de pratiquants plus restreint que la première.

L'impact du succès du trail sur la randonnée se voit désormais au sein des façons de randonner : changement de rythme, sac de moindre litrage, chaussures basses... Le développement de produits trail présente l'intérêt pour les fabricants d'articles et d'équipements de faire évoluer leurs collections randonnée. »¹⁷

La pratique existe essentiellement à travers les événements. Elle se diversifie et des variantes sont apparues :

→ Des sessions de trail après le boulot ou en nocturne

La nuit n'est plus un obstacle, mais une nouvelle dimension. En témoigne la bonne santé du marché des lampes frontales.

→ Le trail court (moins de 20 km)

Plus accessibles, ils sont l'occasion d'ouvrir l'activité à un nouveau public.

→ Le fast-hiking, une version rapide de la randonnée

Cela consiste à parcourir une piste de randonnée le plus rapidement possible. À mi-chemin entre la marche active et le trail, elle présente l'avantage d'augmenter la motivation du marcheur, qui remplit ses objectifs plus rapidement.¹⁸ Il s'agit d'une clientèle sportive, de 30-40 ans.

Dernière tendance en date : des participants à des trails de 30 à 40 km effectuent le parcours, non pas en courant, mais en marchant de manière active.¹⁹

Socio-type du trailer

Selon Bernard Prudhomme, directeur de l'Office de tourisme de Chamonix, « les trailers sont actifs dans les boutiques de sport et aiment suivre le nouveau matériel, et perfectionnent leurs connaissances. Le trail est une discipline technique qui vit toute l'année. Aussi, pour être performant, il faut s'entraîner tout le temps.

Si le trail tend à se démocratiser et à toucher tous les âges et toutes les populations, le virus a pris chez les quadra-cadres, avec un certain pouvoir d'achat, qui peuvent venir à l'hôtel pour une semaine afin de s'entraîner. »*

¹⁷ Source : GTA. L'itinérance pédestre, aujourd'hui et demain. 09/2011. http://www.grande-traversee-alpes.com/uploads/images/Documents-Association/GTA_Etude_NilesPratiquesRando_Sept2011.pdf

¹⁸ Source : PERISSE Marie. « Sport découverte : le fast-hiking ». « 29/03/2013. <http://emag.rueducommerce.fr/sports/outdoor/decouvrez-le-fast-hiking.html>

¹⁹ Source : Outdoor experts, 07-08/2013. <http://fr.calameo.com/read/00122508080f66d20d774>

→ Des offres touristiques spécialement développées pour les trailers

Signe d'une certaine maturité de cette activité, le réseau « Station de **Station de Trail** Trail© » est apparu en 2011.

« Il s'agit d'un lieu 100 % dédié au trail, qui propose des parcours (boucles d'entraînement, parcours de côtes, kilomètre vertical...), des services, et des outils à la fois aux débutants désireux d'apprendre et d'être encadrés, et aux passionnés qui recherchent en un seul lieu de quoi organiser stages ou des weekends complets.

Chaque Station de Trail est rattachée à un territoire désireux de faire découvrir ses meilleurs paysages et meilleurs parcours. L'ensemble de l'activité économique locale bénéficie des retombées économiques de ces stations. »²⁰

Actuellement, en Rhône-Alpes, il existe une Station de Trail, implantée à Saint-Pierre-de-Chartreuse, en Isère. En savoir plus : www.stationdetrail.com

En 2012, c'est au tour de la vallée de Chamonix de proposer une offre dédiée à tous les coureurs à pied, dont les trailers, en créant la Vallée du Trail®. Des parcours ont été imaginés et balisés pour différents niveaux, de la découverte à la performance sportive.

En savoir plus : www.valleedutrail.com

→ Le trail indoor

Dans la mesure où le trail est plutôt synonyme de nature, ce développement peut paraître paradoxal. Malgré tout, cela permet de pratiquer tout au long de l'année, quelques soient les conditions climatiques extérieures. La première course, [l'Ecco Indoor Trail](#), s'est déroulée en février 2012 à Dortmund.

→ Le trail urbains : le trail entre dans la ville

Salomon et Suunto ont lancé le programme City Trail, qui propose des sessions de course à pied d'une heure en petits groupes, encadrées par des coaches.

12 sessions de 3 niveaux sont organisées dans 15 villes de France durant le 1^{er} semestre 2013, en collaboration avec un magasin local. Celui-ci offre la possibilité aux coureurs de tester les produits Salomon.

En savoir plus : www.citytrail.salomonrunning.com



Dans le sillage du trail, d'autres pratiques arrivent progressivement en France. Ces nouveautés arrivent généralement des Etats-Unis.

→ La building race ou towerrunning

La course de gratte-ciel consiste à gravir, en courant, un édifice créé par l'homme. 533 courses ont eu lieu entre 2009 et 2012. Près de 106 500 personnes ont participé aux courses du circuit 2012 de la Towerrunning World Association, soit une augmentation de 4,41 % en un an²¹. Les USA dominent largement le classement, suivis de l'Allemagne, de l'Autriche, de l'Australie et de la République Tchèque.

Cette activité est très récente en France : la première course en France s'est déroulée le 31 mai 2013 à la Tour de la Défense.

²⁰ Source : Station de Trail. <http://www.stationdetrail.com>

²¹ Source : Towerrunning World Association. Statistics 2012. <http://www.towerrunning.com>

→ Holi Run, courir en couleur

« Inspiré de la fête du printemps indienne Holi où la foule s'asperge de poudres amidonnées multicolores, le concept, déjà très développé aux USA, propose de courir ou marcher sur un circuit de 5 ou 10 km en famille, entre amis, à son rythme en traversant des zones de couleur. La tenue blanche est de rigueur au départ. Le but est d'arriver complètement colorié après avoir traversé les nuages anallergisants de couleurs. Le premier Holi Run en France a eu lieu le 19 mai 2013 à Calais. »²²

→ La course nature à obstacle

Cette tendance est arrivée en France en 2009, en provenance des Etats-Unis. Dès les premières courses, le succès était au rendez-vous. Pour preuve, 5 400 coureurs ont pris le départ de l'Opal X'Trem en octobre 2012, 5 000 engagés sur l'étape bressoise de la StrongmanRun en 2012 et 13 000 participants à la 1^{ère} édition de la « Mud Day by Winamax » fin septembre 2013.

Au programme à chaque fois : un parcours d'une dizaine de kilomètres, ponctués d'obstacles à passer, dans la boue, la glace, l'eau, et les barbelés, en grim pant, glissant, rampant ou sautant.²³

Plus globalement, les tendances du running aux Etats-Unis sont les suivantes : « **de plus en plus de femmes (56 % des pelotons), de plus en plus de grosses courses et la forte montée en puissance des semi-marathons** : tel est le résultat de l'étude annuelle réalisée pour démontrer la bonne santé du running. »²⁴

4. La marche nordique, un marché prometteur

La Fédération Française d'Athlétisme définit la marche nordique comme « un type de marche, au cours de laquelle le mouvement naturel des bras est accentué et le corps est propulsé vers l'avant à l'aide de deux bâtons qui permettent d'aller plus vite et plus loin. L'ensemble du corps entre en action et la dépense d'énergie est accrue. Cette activité présente donc une dimension sport santé importante. »²⁵

En 2010, il y aurait environ 9 millions de marcheurs nordiques²⁶, ou nordic walkers, dans le monde, contre 7 millions en 2007.²⁷ Du fait de son accessibilité, de ses bienfaits sur la santé, de la variété des lieux de pratique, cette activité a tendance à gagner en popularité.

En Europe, « le marché de la marche nordique est estimé à 100 M€ par le cabinet NPD. Cette estimation se base sur le nombre de paires de bâtons vendues, qui atteint 1,25 million. **Cette activité est particulièrement populaire dans les pays ayant une forte culture du ski de fond** : la Scandinavie, l'Allemagne, la Suisse et l'Autriche.

Socio-type du marcheur nordique en France

La pratique est très féminine et reste encore une activité de séniors, même si des pratiquants plus jeunes y viennent. Les challenges chronométrés attirent, eux, un public plus masculin.

²² Source : Outdoor Experts, 04/2013, p. 8

²³ Sources : « La boue, les obstacles, la nouvelle tendance du running ». 06/09/2013. <http://www.vo2.fr/actualite/course-a-pied-la-boue-les-obstacles-la-nouvelle-tendance-du-running-06092013-7540.html>
Outdoor experts, 10/2012. <http://fr.calameo.com/read/00122508015e3f61fc7a0>

²⁴ Source : BERTRAND Gilles. « La montée en force du semi-marathon aux Etats Unis. l'ultra est à la traine ! » 25/09/2013. <http://www.vo2.fr/actualite/course-a-pied-la-montee-en-force-du-semi-marathon-aux-etats-unis-ultra-est-a-la-traine-25092013-7659.html>

²⁵ Source : Athle.fr. Page en date du 24/10/2013. http://www.athle.fr/asp_net/main.html/html.aspx?htmlid=3121

²⁶ Cette estimation provient des statistiques de ventes de bâtons. Source : JALKANEN-MEYER Arja. « La Marche Nordique gagne du terrain en France ». 28/04/2013. <http://marchenordiquefrance.blogspot.fr/2013/04/la-marche-nordique-gagne-du-terrain-en.html>

²⁷ Source : FFA. http://www.athle.fr/asp_net/main.html/html.aspx?htmlid=3121

En Allemagne, il y aurait 3 à 4 millions de marcheurs nordiques. Le marché atteint 19 millions d'euros en 2012, soit 253 000 paires de bâtons à 75 € en moyenne, et devrait progresser de 5 % en 2013.

Le marché français est en plus forte croissance : il est estimé à 14 M€, soit 285 000 paires de bâtons vendus à 50 €. Une hausse de 12 % est attendue en 2013. La marche nordique se développe particulièrement dans le Grand Ouest, notamment en Bretagne et dans les Pays de la Loire.

Afin de donner plus de visibilité à l'activité, le 1^{er} [Euro Nordic Walk](#) a été organisé en 2013 et s'est tenu les 13 et 14 juillet dans le massif du Vercors. Il a réuni un millier de marcheurs, venant de 6 pays différents.

Ces chiffres sont encore faibles à l'échelle de l'ensemble d'un marché de la randonnée et du trekking évalué, pour la chaussure, à 1,2 milliard d'euros et 14,5 millions de paires vendues en Europe. Mais comme il y a "moins de 10 %" de randonneurs qui marchent régulièrement avec des bâtons en Europe", **NPD considère ce segment comme très prometteur.** »²⁸

L'essor de la marche nordique ne plait toutefois pas à tous. Les opposants arguent que l'usage des bâtons dégraderait des chemins. Aucune étude n'a déterminé l'effet néfaste des bâtons sur l'environnement.²⁹

La **Chine se met aussi à la marche nordique : il y aurait déjà 200 000 pratiquants.**³⁰

Comme pour d'autres activités, des variantes sont apparues. Avec la **marche nordique chronométrée**, est apparu par exemple le biathlon, associant marche et tir à l'arc ou tir au laser.

Il y aussi la **marche suédoise**. Qu'elle soit suédoise ou nordique, la marche s'effectue avec des bâtons. D'après une recherche indépendante, commandée par le fabricant de bâtons de marche suédoise, BungyPump, la marche suédoise ferait dépenser 77 % plus de calories que la marche sans bâton.

5. S'informer via les sources incontournables

Fédération Française de Randonnée (FFR) <http://www.ffrandonnee.fr>

Pour identifier des clubs de randonnée et ainsi trouver de potentiels testeurs de vos produits.

Marche-nordique.net <http://www.marche-nordique.net>

Site d'information et d'échange sur le matériel, les sorties. Idéal pour repérer les avis sur les produits ou des événements.

Tower Running Worldcup <http://www.towerrunning.com>

Calendrier des courses, statistiques sur le nombre de participants aux courses.

Trails endurance <http://www.trails-endurance.com>

Calendrier des trails, tests de matériels

²⁸ Source : Filière sport, « Les marchés du trail et de la marche nordique vecteurs de croissance », 18/09/2013. <http://www.filièresport.com/npd-chiffre-les-marches-du-trail-et-de-la-marche-nordique/>

²⁹ Source : Outdoor experts, 10/2013, p. 52

³⁰ Source : JALKANEN-MEYER Arja. « La Marche Nordique gagne du terrain en France », 28/04/2013. <http://marchenordiquefrance.blogspot.fr/2013/04/la-marche-nordique-gagne-du-terrain-en.html>



www.atouts-artisanat.com

Ain

CMA : 04 74 47 49 00
www.cma-ain.fr

UPA : 04 74 23 19 50
upa.ain@gmail.com

Ardèche

CMA : 04 75 07 54 00
www.cma-ardeche.fr

UPA : 04 72 85 06 69
upa@uparhonealpes.fr

Drôme

CMA : 04 75 48 72 00
www.cma-drome.fr

UPA : 04 75 02 10 07
upadrome@upadrome.com

Isère

CMA : 04 76 70 82 31
www.cma-isere.fr

UPA : 04 72 85 06 69
upa@uparhonealpes.fr

Loire

CMA : 04 77 92 38 00
www.cma-loire.fr

UPA : 04 77 92 11 30
upa42@wanadoo.fr

Rhône

CMA : 04 72 43 43 52
www.cma-lyon.fr

UPA : 04 72 53 79 29
contact@upa-rhone.fr

Savoie

CMA : 04 79 69 94 00
www.cma-savoie.fr

UPA : 04 79 62 14 80
contacts@upa73.fr

Haute-Savoie

CMA : 04 50 23 92 22
www.cma-74.fr

UPA : 04 50 66 26 66
contact@upa74.fr

