



Pôle Ressources National
SPORTS de NATURE



La lettre du réseau national des sports de nature

n° 81 novembre 2012

Le marché des équipements de sports de nature

- > Franck Laporte-Fauret, Directeur d'EuroSIMA
- > Le marché des équipements de sports de nature
- > Les formations « OSV education programs »
- > Brèves du réseau

Le point de vue de...

➔ Franck Laporte - Fauret, Directeur d'EuroSIMA (European Boardsports Industry Manufacturers Association), Association Européenne de Sports de Glisse

Jeudi 22 novembre, 13 heures, ma pause déjeuner est aujourd'hui transformée en session surf en face du siège de l'EuroSIMA à Hossegor, pour profiter des belles vagues et des conditions météo qu'offre « l'été indien ». Nous sommes plus d'une centaine à ce moment là sur les plages d'Hossegor pour profiter des joies que nous procure ce sport de nature. Nous n'étions pas aussi nombreux sur les spots de surf il y a une dizaine d'années. Aujourd'hui, des milliers de pratiquants surfent toute l'année, quelles que soient les conditions météo et la température de l'eau. Est-ce lié à la hausse du chômage et la crise actuelle ? Les gens ont-ils plus de temps pour s'adonner à leur passion ? Et bien non, ces pratiquants assidus sont des passionnés ayant fait des choix de vie pour travailler à proximité des sites de pratiques en aménageant leurs emplois du temps pour profiter des conditions climatiques favorables.

L'évolution du matériel permet également aux pratiquants d'avoir une progression adaptée. Lorsque je questionne mes voisins de la Fédération française de surf, ils me répondent que cet été certains cours de surf étaient complets et que les écoles inscrivaient leurs clients sur liste d'attente. Je ne peux donc que constater que les sports de nature se portent bien.

Le surf est une discipline pionnière des sports de nature qui a su faire rêver des milliers de personnes grâce aux valeurs qu'elle représente : liberté, évasion, contre-culture, voyage, osmose avec les éléments naturels et respect de l'environnement, épanouissement corporel et bien-être. Toute une industrie s'est développée en Europe autour de



ces valeurs et de cette culture depuis les années 80. Aujourd'hui, les acteurs majeurs de cette filière sont des entreprises détenues par des actionnaires du marché du sportswear international. Les sports de glisse ont influencé toute une génération, mais également des sports plus traditionnels comme le ski, le vélo, le vol libre, la planche à voile, etc. La glisse a conquis de nouveaux espaces de pratique. De nouvelles disciplines appelées « Freeride et Freestyle » ont vu le jour poussant les limites de chacun de ces sports et attirant toujours plus de passionnés. Cela a fait le bonheur de nombreux équipementiers. Le marché des fabricants de matériel croît en permanence, proposant aux pratiquants, des équipements plus performants, techniques, sécuritaires et innovants. Les pratiques se réinventent sans arrêt et ouvrent de nouvelles perspectives à toutes les générations. Le terme utilisé initialement était celui du marché des « Boardsports », sports de glisse, puis du marché des « Action sports », aujourd'hui on parle de la grande famille des « Outdoor sports » qui vient fédérer toutes ces pratiques.

À l'instar de la transversalité de ces disciplines, l'EuroSIMA créé des passerelles entre les acteurs de filières économiques différentes. Elle collabore notamment et a accompagné étroitement la création du cluster Outdoor Sports Valley à Annecy, fort de l'expérience de développement du cluster Glisse en Aquitaine.

Nous avons énormément à partager sur le plan sportif et économique, ces secteurs se complètent, s'inspirent, s'entraident et collaborent, c'est la grande famille des sports de nature.



➔ Le marché des équipements de sports de nature

Le traité de Lisbonne confère à l'Union européenne une compétence spécifique dans le domaine du sport : l'Europe du sport est devenue une réalité de l'action publique.

Dans le secteur industriel, commercial et des sports de nature, l'Europe du sport existe depuis de nombreuses années.

Les questions suivantes sont traitées dans cet article : comment sont organisés les réseaux ? Y-a-t-il des spécificités dans certains pays ? Que représente ce marché et quels sont les liens avec le développement des pratiques ?

Des réseaux relativement traditionnels

Les industriels du sport sont rassemblés au niveau européen au sein de la « Federation of the European Sporting Goods Industry » (FESI)¹, dont le siège social est à Bruxelles (Belgique) et au niveau mondial au sein de la « World Federation of the Sporting Goods Industry » (WSFGI)² dont le siège social est situé à Berne (Suisse) (Cf. Lettre du réseau des sports de nature, n° 68, juin 2011).

Ces entités généralistes sont complétées par des regroupements spécifiques aux sports de nature. Au niveau européen, l'European Outdoor Group (EOG)³ rassemble 55 marques actives. Son but est d'assurer « la coopération au sein de l'industrie de l'outdoor dans toute l'Europe ».

Cinq organisations remplissent également ce rôle en Allemagne⁴, Italie⁵, Pologne⁶, Royaume-Uni⁷ et Russie⁸ avec chacune, respectivement, 34, 24, 30, 61 et 12 membres (marques ou entreprises, selon le cas).

Deux exceptions méritent d'être soulignées :

> l'organisation scandinave⁹ qui fonctionne sur le même principe que les associations nationales, mais est partagée par la Norvège, la Suède, la Finlande, le Danemark et l'Islande, pour un collectif de 37 membres ;

> l'association Outdoor Sports Valley¹⁰ qui regroupe, quant à elle, 1506 membres dans un « pôle d'industries dédié aux sports outdoor » et intervient sur l'arc alpin de Grenoble à Innsbruck en s'affranchissant des frontières nationales.

En complément de ces initiatives, des associations existent par branche et par activité.

Une dynamique partagée

Ces associations développent une approche commune principalement organisée autour d'actions de représentation. Mais la force combinée des marques s'exprime également dans des salons professionnels et des analyses sectorielles.

Au cas particulier des salons internationaux, quelques éléments permettent de confirmer la tendance positive ressentie par le marché, malgré la situation de crise économique.

En Europe, la 19^e édition du salon Outdoor Show¹¹, qui s'est tenue en juillet 2012, a rassemblé 907 exposants, venus de 40 pays, qui

ont rencontré 21 730 visiteurs spécialisés et 1 019 journalistes issus de 28 pays.

Tous les indicateurs sont en hausse : en 2011, 890 exposants venaient de 38 pays, pour 21 520 visiteurs. 43 % des visiteurs spécialisés ont estimé que la situation conjoncturelle de la branche tendait à la hausse, 39 % qu'elle s'avérait constante : l'optimisme est largement partagé.

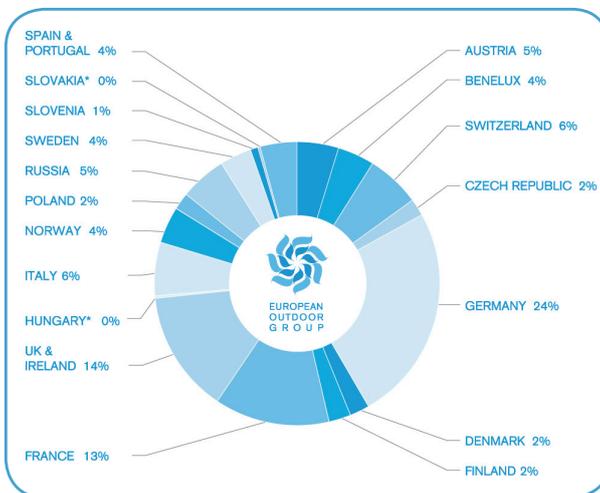
Cette dynamique est également ressentie sur les autres continents. C'est le cas outre atlantique, avec le 13^e salon Outdoor Retailer d'été qui s'est tenu en août 2012, et en Asie, où le salon Asia Outdoor Trade Show a montré une très forte croissance. Créé en 2006, il peut s'enorgueillir à l'issue de son édition de juillet 2012 d'une croissance comprise entre 200 et 300 % en 7 éditions, faisant de ce salon le troisième mondial !

Le marché chinois, plus récent, s'élève en 2011 à 1,4 milliard d'euros pour les produits « cœur de cible ». Il a plus que doublé en 2 ans et quintuplé en 5 ans. Les vêtements et chaussures pèsent les mêmes parts de marché qu'en Europe. Quant au marché coréen, il est estimé à 2,3 milliards au sens large.

Toujours au sens large, le marché des articles d'outdoor pèse plus de 120 milliards de dollars (96 milliards d'euro) aux USA. L'Outdoor Industry Association (OIA) a également estimé les dépenses induites (principalement voyages et subsistances) ; le total des dépenses de l'outdoor atteint alors 646 milliards de dollars (514 milliards d'euros). Le nombre d'emplois liés s'élève à plus de 6 millions, loin devant les métiers de l'éducation (3,5 millions) et de l'information (2,5 millions). Ce marché s'inscrit dans une croissance de 5 % par an entre 2005 et 2011.

Au-delà de cette vision comptable, il est important de prendre conscience que ces acteurs sont animés par la volonté de développer les pratiques. La preuve en est donnée par Mark HELD, directeur d'EOG, dans son discours d'ouverture du salon Outdoor-show 2012 : « Nous devons également trouver les meilleurs moyens de promouvoir la culture outdoor et travailler de concert avec les gouvernements et les ONG afin que les activités outdoor fassent leur entrée dans les agendas de santé [...]. Nous devons en outre souligner le fait que les investissements effectués dans la promotion de l'outdoor ont des répercussions positives sur les économies rurales, sans compter notre propre industrie. »

La convergence avec les propositions et préoccupations partagées au sein des réseaux national et européen des sports de nature n'a jamais été aussi fortement exprimée par les représentants de l'industrie.



Quelques chiffres permettent d'éclairer les volumes d'affaires

En Europe, le rapport « State of the trade 2011 » de l'EOG indique un marché européen de plus de 10 milliards d'euro. Selon les informations recueillies 14 pays affichent une croissance de plus de 5 %, dont 5 de plus de 9 %. Les vêtements représentent 50 % du chiffre d'affaires et les chaussures 25 %. Le troisième poste, les sacs à dos, ne se situe qu'à 6 % ! En matière de volume national, l'Allemagne, l'ensemble Royaume-Uni / Irlande et la France constituent le trio de tête et pèsent 52 % (respectivement 23, 15 et 14 %). La Suisse et l'Italie pèsent chacune 6 %. Le marché est ensuite très éclaté.

¹ <http://www.fesi-sport.org>

² <http://www.wfsgi.org>

³ <http://www.europeanoutdoorgroup.com>

⁴ <http://www.fachgruppe-outdoor.de>

⁵ <http://www.italianoutdoorgroup.it>

⁶ [pog.org.pl](http://www.pog.org.pl)

⁷ www.outdoorindustriesassociation.co.uk

⁸ [r-o-g.ru](http://www.r-o-g.ru)

⁹ www.scandinavianoutdoorgroup.com

¹⁰ www.outdoorsportvalley.org

¹¹ www.outdoor-show.de

Pour en savoir plus :

>> Francis GAILLARD, PRNSN

francis.gaillard@jeunesse-sports.gouv.fr

➔ L'expérience du mois : les formations « OSV education programs »

Structure porteuse du projet : Outdoor Sports Valley (OSV)

Enjeu : Innovation / développement de l'industrie outdoor

Lieu : Région Rhône-Alpes

Résumé : La région Rhône-Alpes bénéficie d'une certaine notoriété en raison de l'organisation d'événements sportifs internationaux tels que des étapes du Tour de France, l'Ultra-Trail du Mont-Blanc ou le Red Bull Elements. Elle accueille plus de 60 % des compétitions européennes de ski et snowboard ainsi que de multiples compétitions dans d'autres sports. L'avenir de l'industrie des sports de nature se situe dans la région Rhône-Alpes et ses environs. C'est ici que les sièges européens des plus grandes entreprises internationales du secteur sont implantés : Salomon, Mavic, Patagonia, Petzl, Vuarnet, Columbia, Adidas Outdoor, Orage, Fusalp, Eider, Millet, Burton, Arva, Scott Sports, Icebreaker... Ces entreprises, entre autres, soutiennent pleinement les formations proposées par OSV.

Afin de répondre à leurs besoins, trois formations internationales ont été mises en place :

> MSc « Sports and Outdoor Industry Management »

> Bachelor « Performance Sports Textile & Footwear »

> Bachelor « International Sales Specialists in Sports »

Destinées à former de futurs managers, des techniciens ainsi que des commerciaux pour l'industrie outdoor, ces trois formations sont nées d'une étroite collaboration entre l'association OSV, l'Université de Savoie, l'Institut Universitaire et Technologique (IUT) d'Annecy, l'Institut d'Administrations des Entreprises (IAE) Savoie Mont-Blanc, l'EMLYON Business School, et le CNPC (Centre National Professionnel pour la Commercialisation des articles de sport et loisir).

Ces formations permettront aux entreprises de l'industrie des sports outdoor de recruter des jeunes aux profils internationaux, passionnés par le secteur, compétents, rapidement opérationnels et possédant une réelle capacité à faire carrière dans le monde du sport.

>> Cliquez ici pour avoir le descriptif complet de l'expérience (tapez « OSV »)

*European Network of Outdoor Sports

ENOS* Experiences
Consulter / Partager

Retrouvez d'autres expériences

www.sportsdenature.gouv.fr



➔ Témoignage

Pascal AYMAR

Vice-président d'Outdoor Sports Valley en charge de la formation

« L'objectif est [...] de mettre en avant le tissu économique et les savoir-faire existants dans la région Rhône-Alpes et plus spécifiquement dans le bassin annécien »

Incluez-vous des compétences techniques sportives dans « OSV éducation program », afin d'élargir le panel de sensibilités des étudiants ?

Dans les deux programmes que nous avons lancés en septembre 2012 (Master Management et Bachelor Textile et Footwear) aussi bien que dans celui que nous allons lancer en septembre 2013 (Bachelor Vente internationale) le recours à des experts occupe plus du tiers du temps de formation. Nous faisons intervenir des spécialistes pour la compréhension du fonctionnement du corps dans la pratique sportive, des experts dans les domaines produits et innovation, ou encore des sportifs de haut niveau.

L'axe de coopération franco-chinois est-il amené à s'élargir en Europe (par proximité avec l'Italie, l'Allemagne ou la Suisse) comme dans le monde (autres pays émergents dans l'outdoor, par la consommation comme la sous-traitance) ?

Le master management en coopération avec l'EMLYON Business School, comprend un trimestre d'enseignement à Shanghai car nous considérons tout d'abord que l'Asie représente commercialement une part importante du futur de l'industrie du sport et ensuite qu'elle est déjà une réalité essentielle pour tout l'aspect sourcing¹.

L'Europe, l'Amérique du Nord et les pays émergents (Inde, Brésil...) sont également couverts dans le programme, essentiellement par des interventions en formation et potentiellement par des stages.

Quels objectifs vous êtes-vous fixés quant au nombre d'étudiants inscrits par an et à leur origine ?

L'objectif est, pour chacune des formations, de constituer chaque année des promotions comprises entre 15 et 25 étudiants avec, à court terme au moins deux tiers d'étrangers.

Votre programme s'inscrit dans une démarche mondiale mais peut favoriser un ancrage rhône-alpin. Pensez-vous qu'il sera un levier de (re)localisation de l'industrie de l'outdoor ou qu'il favorisera la dissémination d'un savoir-faire ?

L'objectif est bien entendu de mettre en avant le tissu économique et les savoir-faire existants dans la région Rhône-Alpes et plus spécifiquement dans le bassin annécien. Nous pensons que des étudiants étrangers qui auront suivi leur formation dans la région et qui auront pu ainsi découvrir à la fois ses attraits et son réseau d'entreprises du monde du sport, seront susceptibles d'y revenir un jour pour créer des structures commerciales ou industrielles. C'est une conséquence probable de nos formations

sans être pour autant un objectif déterminant de notre action.

Avez-vous tissé des liens avec les fédérations sportives et les territoires ?

Nous travaillons étroitement avec la Communauté d'agglomération d'Annecy, le conseil général et la région Rhône-Alpes. Les programmes étant avant tout tournés vers l'industrie, nous n'avons pas à ce jour eu le temps d'établir des connections avec les fédérations sportives mais cela rentre dans le cadre de nos projets.

¹ Recherche d'une source. Expression anglo-saxonne utilisée pour désigner l'action de recherche, localisation et évaluation d'un fournisseur ad hoc, afin de répondre à un besoin identifié (en matière de biens ou de services) formulé par une entreprise ou par un service ou un département de cette entreprise.

Pour en savoir plus sur les formations OSV :

Outdoor Sport Valley : www.outdoorsportsvalley.org/pro/
MSc « Sports and Outdoor Industry Management » [Informations](#)
Bachelor « Performance Sports Textile & Footwear » [Informations](#)
Bachelor « International Sales Specialists in Sports » [Informations](#)



Actus

Nature & Sports Euro'Meet : prolongation de l'appel à expériences

Vous avez jusqu'au 31 janvier 2013 pour soumettre votre expérience au comité méthodologique européen d'organisation de Nature & Sports Euro'Meet 2013 ! La sélection s'effectuera le 20 février 2013.

www.nature-sports.eu

Raquette à neige, les stations de Drôme-Isère améliorent la qualité des itinéraires

Les conseils généraux de l'Isère et de la Drôme mènent une expérimentation pour harmoniser la signalétique des itinéraires de raquette à neige et proposer des itinéraires adaptés aux différents niveaux de pratique. Cette action est issue d'une concertation entre collectivités, parcs naturels, fédérations sportives et autres utilisateurs de l'espace nordique. La signalétique développée sera testée cet hiver dans les toutes les stations drômoises et dans huit stations iséroises. Une enquête en ligne permettra également de recueillir les avis des pratiquants. Contacts : Yannis AMEZIANE (CG 38) et Jean Marc PRIEUR (CG 26).

Un guichet unique pour les organisateurs de manifestations sportives

Le service Sports de la Direction Départementale de la Cohésion Sociale (DDCS) de la Loire a ouvert un guichet unique dématérialisé destiné à simplifier les démarches des organisateurs de manifestations sportives tout en les conseillant. Ce service internet permet :

- > d'alimenter et de promouvoir un calendrier commun à l'ensemble des événements sportifs ;
- > de dématérialiser l'ensemble des procédures administratives pour l'utilisateur et pour les administrations en charge de leur instruction ;
- > de bénéficier de conseils, de documents ressources et de services pratiques.

Cette démarche vise également à réduire la consommation de papier et les déplacements préparatoires, à améliorer la qualité des services publics distants et de proximité (formation des usagers à l'utilisation d'internet via les Espaces Publics numériques...).

www.manifestationsportivoire.fr

Écoles de multisports de nature à destination des jeunes : appel à expériences

Un guide pratique de création et de développement d'écoles de multisports de nature pour les jeunes est en cours d'élaboration. Ce travail collectif est mené par un groupe de travail composé de représentants de fédérations de sports de nature, du Groupement national des raids multisports de nature et de collectivités territoriales, animé par le Pôle ressources nationales des sports de nature. Afin d'obtenir une vision précise de l'existant et d'illustrer le futur guide pratique un recensement des écoles de multisports de nature sera ouvert à partir du 6 décembre sur le site www.sportsdenature.gouv.fr

Grand prix Natura 2000 et sports de nature

Quatre actions impliquant les organisateurs, prestataires et pratiquants de sports de nature ont été présentées lors de l'édition 2012 des Grands prix Natura 2000 organisés par le ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie. Le Pays Midi-Quercy (Tarn-et-Garonne) a obtenu le grand prix Natura 2000 pour la mise en place d'une charte des bonnes pratiques avec les acteurs du tourisme dans les Gorges de l'Aveyron. On relèvera également l'action du Parc Naturel Régional (PNR) du Pilat, en région Rhône-Alpes, pour limiter les incidences des manifestations et activités sportives grâce à une collaboration entre le PNR et les organisateurs de manifestations ; l'action du PNR de la Narbonnaise en Méditerranée (Languedoc-Roussillon) portant sur l'organisation d'activités diverses sur l'étang de La Palme, dont les activités nautiques. Enfin, signalons l'action d'accompagnement des organisateurs de manifestations sportives portée par la direction départementale de la Cohésion sociale du Calvados (Basse-Normandie) pour promouvoir une pratique sportive maîtrisée respectueuse de l'environnement. Les descriptifs de ces expériences sont rassemblés dans un document en ligne sur le site :

www.developpement-durable.gouv.fr



« Participez au grand concours Pocket Film « Je suis éco-sportif »

Le ministère des Sports, de la Jeunesse de l'Éducation populaire et de la Vie associative lance un concours « pocket film » et invite les jeunes de moins de 30 ans à réaliser un film très court avec un appareil numérique de leur choix sur le thème « Sport et environnement ». Les lauréats se verront remettre de nombreux cadeaux et leurs réalisations seront diffusées sur internet via des sites institutionnels et les réseaux sociaux. Pour en savoir plus sur les modalités de participation, consulter le site du centre de ressources Sport et Développement durable.

www.developpement-durable.sports.gouv.fr

Enquête publique sur les normes applicables au tourisme d'aventure

L'AFNOR et la commission de normalisation « Tourisme d'aventure » ouvre une enquête publique sur deux projets de normes qui fournissent une vue d'ensemble des exigences relatives au système de management de la sécurité pour les prestataires d'activités de tourisme d'aventure : PR NF ISO 21101 et 21103. En tant qu'acteurs du secteur des sports de nature, vous pouvez donner votre avis sur les projets de normes via une enquête publique ouverte jusqu'au 15 décembre 2012. À l'issue de la phase d'enquête, les commentaires seront examinés, lors de la réunion de dépouillement, par les experts de la commission ; ils permettront à l'AFNOR de construire la position technique de la France sur les projets de norme. Cette position française sera présentée lors de la réunion ISO des 27 et 28 mai 2013 à Lisbonne. Pour en savoir plus et répondre à l'enquête publique :

www.sportsdenature.gouv.fr

En kiosque

Sport et développement durable : un centre de ressources en ligne

Ce site collaboratif regroupe des informations et des outils permettant d'accompagner les acteurs du sport dans leur démarche de développement durable. Il vise trois objectifs :

- > comprendre le développement durable dans le sport (des actualités, des fiches « Zoom sur... », une rubrique « comprendre ») ;
- > agir pour un développement durable du sport (une rubrique « agir », des outils de construction de sa stratégie...)
- > utiliser les informations et expériences (outil de travail à distance, base de données d'expériences, conférence et formation en ligne etc.).

www.developpement-durable.sports.gouv.fr

À venir

Thinking Mountains 2012

Interdisciplinary Mountain Studies Conference
11 au 14 décembre 2012 - Alberta (Canada)

www.mountains.ualberta.ca

Évènement responsable

Du 3 au 7 décembre 2012 - Internet
Cinq conférences de formation (1h30)

<http://developpement-durable.sports.gouv.fr>

Proposer une actualité
S'abonner à la lettre

Formulaires disponibles rubrique « La Lettre »
www.sportsdenature.gouv.fr