



Le marché du *running*

Équipementiers, distributeurs, objets connectés et applications mobile : leviers de croissance, jeu concurrentiel et perspectives du marché d'ici 2020

Le groupe **Xerfi** vient de publier une étude exclusive sur le marché du *running*. Comme chaque titre de la collection **Xerfi Research**, elle décrypte les évolutions de l'activité et du jeu concurrentiel à travers une analyse détaillée des déterminants du marché, des facteurs de mutation de l'offre et de la demande ainsi que des axes de développement des opérateurs. Une attention toute particulière a été accordée aux prévisions d'activité à l'horizon 2020.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, vous disposerez d'un véritable outil pour organiser et hiérarchiser l'information, stimuler votre réflexion et préparer vos décisions. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette ou de vous rendre directement sur notre site internet pour la télécharger immédiatement.



Téléchargez immédiatement
cette étude sur Xerfi.com

Avec le code étude 7CSO21

Alexandre Masure
Chargé d'études senior
Xerfi France



Le marché du *running*

**Équipements, distribution, objets connectés et applications mobile :
leviers de croissance, jeu concurrentiel et perspectives du marché d'ici 2020**

Édition avril 2017
200 pages

Une pratique en plein essor, la concurrence aussi

Le *running* est devenu un *business* florissant. L'accroissement rapide du nombre d'adeptes et d'événements dédiés, la forte dimension communautaire autour de ce sport, l'omniprésence des nouvelles technologies et la profusion d'innovations en tous genres ont en effet rendu le marché très attractif. À tous les stades de la filière (équipementiers, détaillants, concepteurs d'objets connectés et d'applications mobile), la bataille fait rage pour profiter de ce potentiel, fidéliser les coureurs et, surtout, se positionner en acteurs de référence auprès de futurs adeptes. Cela apparaît d'autant plus nécessaire que le marché, qui bénéficie d'un indéniable effet de mode, se rapproche de plus en plus de la maturité. **L'engouement actuel pour la course à pied se démentira-t-il d'ici 2020 ? Sur quels gisements de croissance les acteurs peuvent-ils compter ? Et quels sont les leviers de différenciation sur les différents segments de marché ?**

Les points clés de l'étude

- **L'analyse du marché et notre scénario prévisionnel exclusif à l'horizon 2020**
Moteurs et freins du marché, motivations des pratiquants, essor de la blogosphère spécialisée, consommation d'articles de sport, chiffres clés, prévisions sur le nombre de pratiquants et le chiffre d'affaires du marché
- **Le décryptage du jeu concurrentiel sur les différents segments**
Classement, tableaux de positionnement et analyse détaillée de l'offre d'articles de *running* des différents profils d'acteurs intervenant sur le marché : détaillants (GSS sports, chaînes spécialisées et *pure players*), équipementiers (multimarques, spécialistes des chaussures/vêtements de sport, fabricants de textile pour le sport, etc.), fabricants d'objets connectés et applications mobile
- **Les enjeux et les axes de développement des différents acteurs**
Course à l'innovation des équipementiers, développement de l'offre de services des enseignes, valorisation de l'aspect communautaire du *running*, rachat d'applications mobile dédiées et enjeu autour de l'exploitation de la data, stratégie de *sponsoring* des courses, etc.

« Décrypter le marché et la concurrence »

La collection Xerfi Research vous propose des études approfondies sur une sélection de secteurs et marchés clés de l'économie française. Chaque titre poursuit un double objectif : dresser un panorama complet du paysage concurrentiel et analyser la dynamique du marché et de l'activité des entreprises à court et moyen termes.

Xerfi vous propose ses prévisions sur l'évolution du nombre de pratiquants de *running* en France et sur le marché à l'horizon 2020. Celles-ci reposent sur une méthodologie rigoureuse prenant en compte l'évolution de la demande (dépenses des ménages, intérêt pour la pratique de la course à pied, etc.), le contexte concurrentiel (intensification de la concurrence intra-sectorielle) et les axes de développement des différents profils d'acteurs (innovations des marques, accroissement de l'offre de services, essor de l'aspect communautaire, etc.).

Table des matières et contenu de l'étude

0. LA SYNTHÈSE & LES CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

Cette synthèse attire l'attention du lecteur sur les conséquences de la modification de l'environnement économique, les tendances majeures de la vie du secteur, les évolutions prévisibles, en tirant parti de l'ensemble des analyses sur les perspectives du marché et des stratégies des opérateurs.

1. L'ANALYSE ET LES PERSPECTIVES DU MARCHÉ DU RUNNING

1. LE MARCHÉ DU RUNNING JUSQU'EN 2016

- Le nombre et le profil sociologique des pratiquants
- Le chiffre d'affaires du marché du *running*
- Les chiffres clés du segment du *trail*

2. LE BUSINESS DES COURSES À PIED

- L'accroissement des courses et du nombre de dossards
- Le classement des marathons en France et dans le monde
- Focus sur les courses « ludiques »

3. LE SCÉNARIO PRÉVISIONNEL À L'HORIZON 2020

- Le nombre de pratiquants du *running* et le chiffre d'affaires du marché
- Les opportunités et menaces à moyen terme

2. L'ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT DU MARCHÉ

1. L'ENVIRONNEMENT SOCIOCULTUREL

- Les évolutions socioculturelles favorables au sport
- Le surpoids et l'obésité parmi la population française
- Les pratiques sportives des Français
- Les motivations à la pratique du *running*
- L'évolution de la clientèle des « runners »
- Le développement d'une blogosphère spécialisée

2. L'ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE

- Le pouvoir d'achat des Français
- La consommation des ménages en articles et vêtements de sport

3. LES ENJEUX ET LES AXES DE DÉVELOPPEMENT

- La convergence du *running* et du *trail*
Étude de cas : la stratégie de Salomon sur le marché de la chaussure de sport
- La course aux innovations des équipementiers et ses principaux leviers (technicité, design, technologie 3D, adaptation à une clientèle ciblée, etc.)
Étude de cas : Enko et ses chaussures « santé »
- L'accroissement de l'offre de services en boutique (analyse de la foulée, tests en magasin, *coaching*, etc.)
- La valorisation de l'aspect communautaire (présence et activité des marques sur les réseaux sociaux, formation d'« équipes de coureurs », etc.)
Étude de cas : la « bataille » du *running* urbain entre Nike et Adidas
- Le rachat d'applications mobile et l'enjeu de la *data* : les rachats récents d'applications *running* par les équipementiers et les retombées attendues
Étude de cas : la plateforme Running Heroes
- Le *sponsoring* de courses : recensement des courses sponsorisées en France par les principaux équipementiers

4. LA STRUCTURE ET LA DYNAMIQUE DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION

*Cette partie offre une analyse des principaux circuits intervenant sur le marché du *running*. Chaque sous-partie inclut un classement chiffré des principales enseignes (parc de points de vente, chiffre d'affaires, etc.), une description détaillée de leur offre en matière d'articles de *running* (nombre de références, catégories de produits, MDD, positionnement prix, etc.) et un rappel des derniers faits marquants.*

1. LES ENSEIGNES GÉNÉRALISTES D'ARTICLES DE SPORT

2. LES ENSEIGNES SPÉCIALISÉES DE RUNNING

3. LES MARQUES-ENSEIGNES DE SPORT

4. LES ENSEIGNES DE CHAUSSURES DE SPORT ET DE SPORTWEAR

5. LES PURE PLAYERS DE LA VENTE EN LIGNE

6. LES FICHES D'IDENTITÉ DES PRINCIPAUX DISTRIBUTEURS

- DÉCATHLON
- GO SPORT
- INTERSPORT
- ENDURANCE SHOP

LE JEU CONCURRENTIEL

Dans cette étude, vous trouverez une analyse détaillée du paysage concurrentiel actuel et à venir parmi quatre catégories d'acteurs intervenant sur le marché du *running*. Si ce marché mature reste, dans l'ensemble, dominé par quelques leaders (Nike, Asics, Adidas, Salomon) et assez peu exposé à l'arrivée de nouveaux entrants, le jeu concurrentiel peut être amené à évoluer parmi les opérateurs en place, que ce soit entre les marques (montée en puissance de challengers comme Under Armour) ou au sein de l'activité de distribution.

LES AXES DE DEVELOPPEMENT

Pour compléter l'analyse, les experts de Xerfi ont décrypté les principaux axes de développement suivis par les acteurs du marché du *running*, qu'ils soient spécifiques à certains profils (innovation de produit pour les équipementiers, accroissement de l'offre de services pour les détaillants) ou communs à plusieurs catégories d'acteurs (*sponsoring* de courses, valorisation de la dimension communautaire de la course à pied, rachat d'applications mobile de la part des marques, etc.).

5. LES ÉQUIPEMENTIERS D'ARTICLES DE RUNNING

1. LES PRINCIPALES MARQUES MULTISPORTS

- La cartographie et la présentation générale des acteurs
- Le classement, les chiffres clés et l'offre d'articles de *running* des marques (nombre de références, catégories de produits, positionnement prix, etc.)
- Les stratégies de commercialisation

2. LES AUTRES MARQUES DE CHAUSSURES DE SPORT

- Les chiffres clés et l'offre d'articles de *running* des autres marques de chaussures de sport

3. LES MARQUES D'ARTICLES TEXTILES

- La présentation générale des principaux acteurs et leur offre d'articles dédiés à la pratique sportive

4. LES FICHES D'IDENTITÉ DES PRINCIPAUX ACTEURS

- ASICS
- NIKE
- ADIDAS

6. LES FABRICANTS D'OBJETS CONNECTÉS RUNNING

1. LES PRINCIPAUX FABRICANTS

- La cartographie et la présentation générale des acteurs
- Les forces et faiblesses des profils d'opérateurs
- Les principales marques : offre et positionnement
- Les meilleures ventes d'objets connectés sport

2. LES FICHES D'IDENTITÉ DES PRINCIPAUX ACTEURS

- GARMIN
- FITBIT
- POLAR

7. LES APPLICATIONS MOBILE DÉDIÉES AU RUNNING

- La cartographie et la présentation des principaux acteurs
- Les principales applications et leurs fonctionnalités

8. LES INDICATEURS ÉCONOMIQUES ET FINANCIERS DES MAGASINS SPÉCIALISÉS DE RUNNING-TRAIL

Cette partie vous propose de comparer les performances de 44 sociétés du secteur à travers les fiches synthétiques de chacune d'elles (données de gestion et performances financières, positionnement sectoriel) et des tableaux comparatifs. Les données portent sur la période 2009-2015, selon la disponibilité des comptes. 39% des comptes non consolidés 2015 des sociétés étaient disponibles au moment de la publication de l'étude.

LES PRINCIPAUX GROUPES CITÉS DANS L'ÉTUDE

- | | | |
|------------------|------------------|--------------------|
| • ADIDAS | • GO SPORT | • RUNNING CONSEIL |
| • AMAURY | • ICON FITNESS | • RUNNING HEROES |
| • ANITA | • INTERSPORT | • UNDER ARMOUR |
| • APPLE | • I-RUN | • SALOMON |
| • ASICS | • KINDY | • SAUCONY |
| • BROOKS | • LE PAPE | • SKECHERS |
| • BV SPORT | • MACRON | • SOBHI SPORT |
| • COLUMBIA | • MIZUNO | • SPORT 2000 |
| • DÉCATHLON | • NEW BALANCE | • SONY |
| • DECKERS | • NEWTON RUNNING | • SUUNTO |
| • DIADORA | • NIKE | • TERRE DE RUNNING |
| • ENDURANCE SHOP | • NOKIA | • THUASNE |
| • ENKO | • ODLO | • TOMTOM |
| • ERREÀ | • ON | • VIBRAM |
| • FITBIT | • POLAR | • WL GORE |
| • FOUL&ES | • PUMA | |
| • FOOT LOCKER | • ROSSIGNOL | |
| • GARMIN | • RRUN | |

LES SOCIÉTÉS DONT LES COMPTES SONT TRAITÉS DANS L'ÉTUDE

- | | |
|--------------------------|--------------------|
| • AYMC 45 | • MISSARI |
| • BENOIT MIGNON | • MM 06 |
| • BERTRAND SPORT | • NIMES AVENTURE |
| • BOUTICOURSE | • PERI SPORTS |
| • CAP TRAIL | • EVENEMENTS |
| • CONCEPT RUNNING | • PLEIN AIR |
| • EBJ SPORTS CONSEILS | • PY SPORTS |
| • ELVI SPORT | • RANDO RUNNING |
| • ENDURANCE 26 | • REVE DE RUNNERS |
| • ENDURANCE 42 | • RUN BIKE 44 |
| • ENDURANCE AVENTURE | • RUN BREST |
| • ENDURANCE SHOP | • RUN LA ROCHELLE |
| • ENDURANCE VITESSE | • RUNNING BLAGNAC |
| • ELEGANCE | • RUNNING OUEST |
| • FREE RUNNING | • RUNNINGMAN 92 |
| • JD RUNNING | • SAMACA SPORT |
| • JD SPORTS CONSEILS | • SOBHI SPORT |
| • LA PASSION DE L'EFFORT | • TDRG |
| • LAGET SPORT | • TDRL |
| • MAELIE SPORT | • TENDANCE RUNNING |
| • MARC HONTANG | • TRI RANDO ECO |
| • DISTRIBUTION | • TRI RUN MAY |
| • MD RUN | • VIVONS SPORT |
| • MD RUN LORIENT | |

Pour recevoir votre étude **IMMÉDIATEMENT**,
COMMANDEZ directement sur : **XERFI.COM**

- ❶ Rentrez le code **7CSO21** dans la barre de recherche pour la retrouver
- ❷ Achetez l'étude directement par carte bancaire
- ❸ Recevez votre étude en format pdf sur votre compte client xerfi.com

Pour toutes **PRESTATIONS PERSONNALISÉES** (présentation, étude sur mesure, etc.), contactez Laurent Marty, Directeur Associé, lmarty@xerfi.fr

Ces études pourraient également vous intéresser

- **Les salles de sport et de remise en forme**
6SME63 – Septembre 2016
- **Le sport business**
6SME49 – Avril 2016

Retrouvez sur le site **xerfi.com** le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises



BON DE
COMMANDE

À retourner à :

Groupe Xerfi 13-15 rue de Calais 75009 Paris

Téléphone : 01 53 21 81 51

Email : commande@xerfi.fr

Réf : 7CSO21 / XR

INFORMATIONS CLIENT

Nom : _____
 Prénom : _____
 Fonction : _____
 Société : _____
 Adresse : _____
 Code postal : _____
 Ville : _____
 Adresse email : _____
 Téléphone : _____
 TVA Intra : _____
 N° SIRET : _____

Facture avec la livraison. Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture. En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.
 Tarifs valables jusqu'au 30/04/2018 (TVA 5,5%).

Le marché du *running*

Équipementiers, distributeurs, objets connectés et applications mobile : leviers de croissance, jeu concurrentiel et perspectives du marché d'ici 2020

MODE DE RÉCEPTION DE L'ÉTUDE COMMANDÉE

Version papier (classeur)	Version électronique (fichier pdf)	Version électronique + version papier
1 800,00 € HT	1 800,00 € HT	2 200,00 € HT
1 899,00 € TTC	1 899,00 € TTC	2 321,00 € TTC



MODE DE RÈGLEMENT CHOISI

- ☐ dès réception de l'étude et de la facture
- ☐ par carte bancaire sur www.xerfi.com
- ☐ par chèque joint à l'ordre de XERFI-DGT

Date, signature et cachet :

XERFI-DGT SAS au capital de 5 786 051 euros - 13-15 rue de Calais 75009 Paris
 RCS Paris B 523 352 607 - TVA intracommunautaire : FR22523352607