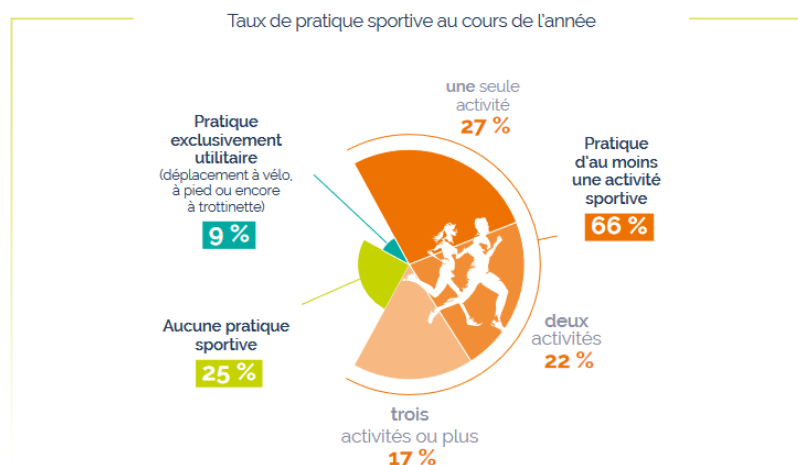


Marché du sport

Depuis plusieurs années, le marché du sport se démarque de plus en plus avec ses différentes disciplines, c'est un marché qui fait parti des plus dynamiques, notamment dans le commerce de détail, mais aussi de ceux qui ont le mieux résisté pendant la crise sanitaire, nous pouvons le constater avec une augmentation du chiffre d'affaires mais aussi avec le nombre de magasins spécialisés dans le sport.

En 2018, 66% des Français de 15 ans et plus ont pratiqué au moins une activité physique et sportive dans l'année, parmi eux 27% ont pratiqué une seule activité, 22% ont pratiqué deux activités et 17% ont pratiqué trois activités ou plus. Parallèlement 25% des Français n'ont pas pratiqué d'activités sportives durant l'année.



38 % des pratiquants âgés de 15 ans et plus pratiquent une activité sportive au moins quatre fois par semaine. La course et la marche (40%), les activités de la forme et de la gymnastique (22%), la natation (20%) ainsi que le vélo (18%) sont les activités les plus pratiquées par les Français.

En 2019, la France dépasse les 10 millions de sportifs licenciés dans les fédérations françaises de sport. C'est la fédération française du football (FFF) qui compte le plus de licenciés avec 2 198 800 licenciés, suivie de la fédération française du tennis avec 978 900 licenciés, puis la fédération française de basket-ball avec 711 000 licenciés qui complète le podium.

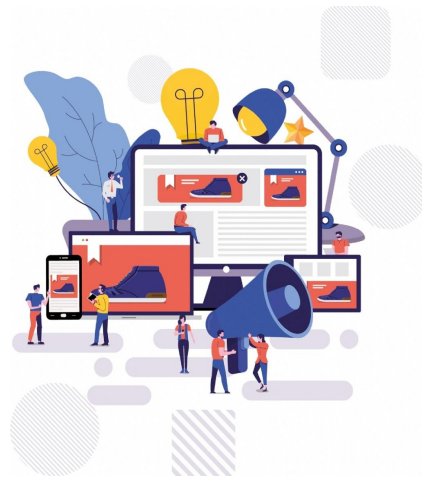
Le Basket-Ball est le sport qui possède l'une des plus grandes progression ces dernières années. Il est le 3^{ème} sport le plus pratiqué en France derrière le football et le tennis. Il compte 683 000 licenciés. En 5 ans le basket a gagné environ 100 000 nouveaux licenciés notamment grâce aux bonnes performances de l'équipe de France dans les compétitions internationales, et également grâce aux nombreux français présents en NBA.

Le marché du sport représente environ 38,1 milliards d'euros en France ce qui représente environ 1,8% du produit intérieur brut (PIB) national. Ce chiffre correspond à la dépense des ménages, des entreprises et des administrations publiques. Ce secteur compte plus de 200 000 salariés en France.

Les Français dépensent en moyenne 253 euros par an dans des articles de sport. Par ailleurs, la France se positionne en position sur le marché européen d'articles de sport avec une consommation des articles de sport estimée à environ 11,3 milliards d'euros (en 2017). Dans le top 3 des articles qui ont la côte, arrive en tête la chaussure de sport (chaussure de training, basket et chaussure de running), qui fait un vrai pas en avant avec +5,7 %, suivie du textile (+2,2 %), et du vélo en progression de 2% notamment grâce à la montée en puissance du vélo à assistance électrique (VAE).

Ces articles sont notamment vendus par quelques grandes enseignes qui dominent ce marché. En France, Decathlon (300 magasins) accapare près de 30% de part de marché, réalisant 3,1Md€ de CA (9,1 Md€ dans la trentaine de pays où l'enseigne est présente) , suivi de Intersport (600 magasins) qui accapare 18% de part de marché, réalisant 1,5 Md€ de CA, Go Sport (500 magasins) se place à la troisième place, réalisant 680 M€ de CA, à la 4ème place on trouve Sport 2000 (465 magasins dont 220 en montagne) réalisant 580 M€ de CA.

Le monde étant de plus en plus connecté , les entreprises ont dû trouver un moyen pour s'adapter pour offrir une expérience de marque homogène.

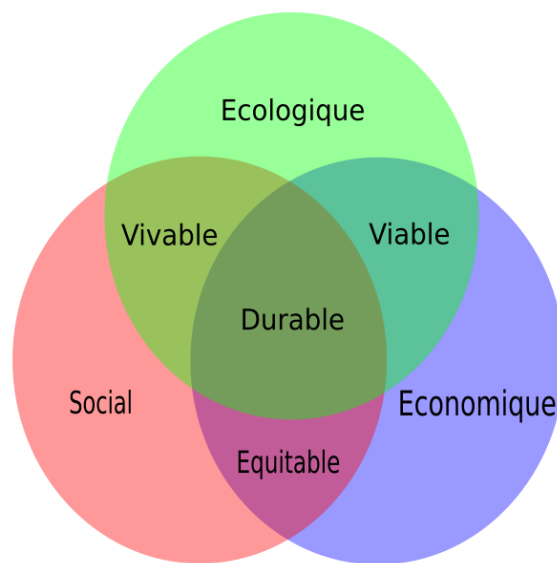


Ces transformations bouleversent le travail manuel, il y a une augmentation au niveau de la demande, mais d'une autre part, les logiciels qui remplacent cette main d'œuvre permet à l'entreprise de récolter automatiquement et plus facilement des informations sur la clientèle, et plus encore, des informations pouvant être analysées pour améliorer leur image de marque et d'assurer leurs performances.

Pour ne pas perturber ses clients, une entreprise doit évoluer progressivement avec les transformations digitales et numériques, l'entreprise doit aussi revoir ses plans de bases pour intégrer au mieux les nouvelles initiatives numériques, pour qu'elles puissent enfin continuer à se développer et créer de la valeur.

Dans certains magasins il est possible de tester des articles mais sans les toucher, grâce à la réalité augmentée, c'est une représentation numérique en temps réel.

Mais il y a aussi la réalité virtuelle qui permet de visualiser en trois dimensions un lieu par exemple, dans le cadre de notre projet, ça pourrait être la salle de sport



Apparue en 2019, la loi PACTE (Plan d'Action pour la Croissance et la Transformation de l'Entreprise) vient percuter le Code civil. En effet, l'article 1833 stipule désormais qu'une entreprise doit prendre en compte les enjeux sociaux et environnementaux de son activité.

55 % des collaborateurs disent que l'engagement social ou environnemental d'une entreprise est un critère plus important que le salaire. Un nombre qui atteint 76 % chez la génération y, les 25-35 ans

Une entreprise qui ne fait pas attention au développement durable, en ses lieux, c'est une entreprise qui ne tient pas à son image de marque et qui n'est pas responsable

En 2019, la majorité des salariés avaient une vision environnementale du développement durable, en 2020, ils y mettent en évidence, les engagements liés au social à 33 %, l'économie à 27 %, l'écoute et l'avis des parties prenantes à 28 %, et pour finir la communication à 24 %.