

2023

L'Observatoire du Running

L'étude de référence par Sport Heroes
et l'UNION sport et cycle



sportheroes



On peut enfin l'affirmer : le confinement, le masque obligatoire, les jauges, les pénuries en magasin... c'est du passé.

Ce que l'on retiendra, c'est que le running a fait preuve d'une résilience hors normes et a même vu sa popularité se renforcer. Mais un héritage pandémique plane bel et bien au-dessus des modes de pratiques, qui ont, eux, définitivement évolués.

Aujourd'hui, le running fait face à deux nouveaux défis - potentiellement difficiles à conjuguer : l'inflation et le changement climatique.

Pourtant, l'an dernier, les runner euses semblaient peu à peu reprendre leurs marques. L'horizon s'éclaircissait, et de nombreux nouveaux terrains s'offraient aux marques (l'orientation «nature», l'intérêt pour la plaque carbone, la reprise de dossards...)

Mais aujourd'hui, comment la morosité économique va-t-elle impacter les achats des runners ? L'aspect environnemental fera t-il partie des concessions faites ? Les arbitrages seront-ils les mêmes pour les hommes et les femmes ? Abordent-ils toujours le running d'une manière très différente - face aux différentes injonctions ?

Cette nouvelle édition de l'Observatoire du Running vous invite à décrypter l'évolution des fondamentaux de la pratique pour mieux anticiper son avenir.

Il va sans dire que le climat sanitaire, écologique et géopolitique mondial influence les tendances que l'on voyait se dessiner depuis quelques années. La pratique en extérieur (trail, randonnée...) traduit un besoin d'espace et d'évasion. L'essor des textiles éco-responsables et des alternatives au neuf (seconde main, location...) une prise de conscience. Oui, mais à quel prix ?

Introduction	5
Méthodologie	10
1. Dans les jambes des runners	12
a.	19
2. Dans la tête des runners	
3. Dans le panier des runners	26
4. Dans le sas des runner	38
Conclusion	47
	58
	58

Introduction

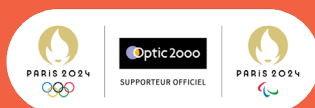
Sport Heroes

Sport Heroes, startup fondée en 2014, accompagne aujourd'hui **2 millions de personnes** dans leur projet et leur pratique sportive. En 8 ans, Sport Heroes s'est installée dans le paysage comme un acteur incontournable du sport, dédié à **une pratique pour tous, connectée, gratuite et valorisante**.

Depuis sa création, la startup a développé un savoir-faire et une expertise dans l'analyse de données. Sa technologie lui permet de collecter des milliers de données au quotidien, sur les habitudes des pratiquants. Depuis 2015, Sport Heroes a fait le choix de partager ses données et sa connaissance en profondeur du marché et de la pratique en éditant plusieurs études dont l'Observatoire du Running.



Créée en 2014, la communauté Running Heroes compte 700 000 membres en France. Il s'agit de l'une des plus féminines (42%) et des plus jeunes (plus de la moitié a entre 18 et 34 ans). Nous travaillons avec plus de 300 marques partenaires pour inspirer, motiver et valoriser les efforts de chaque pratiquant. Les membres peuvent aussi se retrouver chaque semaine pour partager leur passion en s'entraînant ensemble grâce aux **Running Heroes Clubs** dans les grandes villes de France.



UNION sport & cycle

L'UNION sport & cycle est la **première organisation professionnelle de la filière sport**. Elle rassemble plus de 1 700 entreprises, 500 marques, 3 000 points de vente, plus de 2 000 établissements de pratique et s'engage chaque jour pour les conseiller, les représenter auprès des pouvoirs publics et promouvoir l'activité physique et sportive.

L'UNION sport & cycle a développé une **forte expertise en matière d'études économiques**. Elle produit plus d'une dizaine d'études par an à destination de ses adhérents et des acteurs du sport (fédérations, pouvoirs publics), ces dernières couvrant un large spectre de pratiques sportives et de consommation.



Les dernières études menées par l'USC :

- Bilan mensuel & annuel du commerce d'articles de sport
- Observatoire du Cycle (enquête annuelle BtoC)
- Panorama du tennis (enquête annuelle BtoC)
- Observatoire de la Forme (sondage : 5000 Français interrogés)
- Le sport dans la ville (sondage : 2000 Français interrogés)
- Baromètre de la commande publique en matière d'équipements sportifs

Hyundai, le co-équipier du pratiquant

Dans sa course à l'électrique et soucieux d'accompagner tous les runners dans leur pratique, Hyundai entame sa seconde saison au côté des runners et renouvelle son partenariat avec Running Heroes. Tout au long de l'année, la signature Run to progress prendra vie avec la volonté pour la marque de s'impliquer auprès des pratiquants, quel que soit leur niveau, lors des trois temps forts de la course à pied : la préparation, la performance et la récupération.

«La course à pied est un sport populaire et accessible comme l'est aujourd'hui notre gamme de véhicules électrifiés. Les runners ont une appétence très forte pour tout ce qui concerne le bien-être et l'environnement. Au regard du message que la marque souhaite faire passer au consommateur avec sa gamme électrique notre présence dans l'univers du running est d'autant plus pertinente. Cette pratique sportive répond pleinement aux enjeux environnementaux et aux valeurs écologiques défendus par Hyundai via ses produits électrifiés.»

Lionel French Keogh

Président, HYUNDAI Motor France



Optic 2000, le partenaire de la santé visuelle des sportifs

La vision joue un rôle crucial dans la pratique du sport. Dans la course à pied notamment, une bonne vision participe de la performance des runners et diminue le risque de chute ou d'accident.

Optic 2000 propose une gamme de lunettes de sport aux formes spécifiques qui protègent du vent, de la poussière ou du soleil tout en étant légères et en assurant une bonne aération et adhérence. Elles sont dotées de verres qui améliorent le contraste et aident ainsi à l'amélioration des performances et du confort.

En s'associant à Running Heroes, Optic 2000 devient le partenaire des runners de tous niveaux et les accompagne pour améliorer leurs performances. Des challenges sont proposés tout au long de l'année à la communauté pour faire gagner des lunettes de sport adaptées à la course à pied.

«La course à pied est un sport avec un fort impact positif sur la santé visuelle et des études estiment que le sport réduirait le développement des maladies oculaires.

En tant qu'enseigne préféré des Français et Supporteur Officiel de Paris 2024, Optic 2000 s'est donné pour mission de devenir le partenaire de la santé visuelle des sportifs en leur proposant des lunettes de sport à leur vue, de qualité supérieure et adaptées aux exigences de leur discipline. Nos opticiens s'engagent, partout en France, à accompagner les sportifs de tous niveaux pour les conseiller et leur fournir la paire de lunettes de sport qui fera la différence pour améliorer leurs performances sportives et leur offrir un confort optimal.»

Benoit Jaubert, Directeur général d'Optic 2000



Méthodologie

Méthodologie utilisée

Cette étude a pour objectif de décrypter les modes de pratique et les habitudes de consommation des runners en France.

Pour l'analyse, nous couplons deux approches complémentaires.

L'analyse



Nous utilisons les données de tracking issues de l'application Running Heroes. Elles nous permettent d'obtenir une photographie "réelle" de l'activité de 138 500 runners de la communauté :

- 7 911 000 activités de running générées en 2022
- 69% Homme / 31% Femme
- Age Moyen : 39 ans

L'enquête quantitative

En complément des données Big Data, nous avons réalisé un sondage auprès de 4600 membres de la communauté Running Heroes, du 7 au 14 février 2023. Ces données nous permettent d'analyser plus finement les résultats et de mettre en exergue les différents segments de runners via des tris croisés (âge, genre, ancienneté, fréquence de pratique...)

A l'instar de nos précédentes éditions, la robustesse de notre échantillon nous fournit **une image précise et riche des comportements des runner-euses**, à défaut d'être totalement représentatif de l'ensemble des runner-euses en France. Aussi, la sur-représentation des runner-euses «compétiteur-rices» et «intensif-ves» parmi les répondant-es à notre enquête quantitative invite à apprécier avec les précautions nécessaires certaines réponses.

chap.1

Dans les jambes des runners

Ce qu'il faut retenir

Les runners accélèrent. Après une année 2021 marquée par un progressif retour à la normale, les runners ont profité de la fin de la pandémie pour accélérer leur rythme de pratique. Soulagés du poids des contraintes sanitaires, les runners ont couru davantage (+8 sorties par an en moyenne), un peu plus longtemps (+1 min par run et 100 mètres de plus par rapport à 2021).

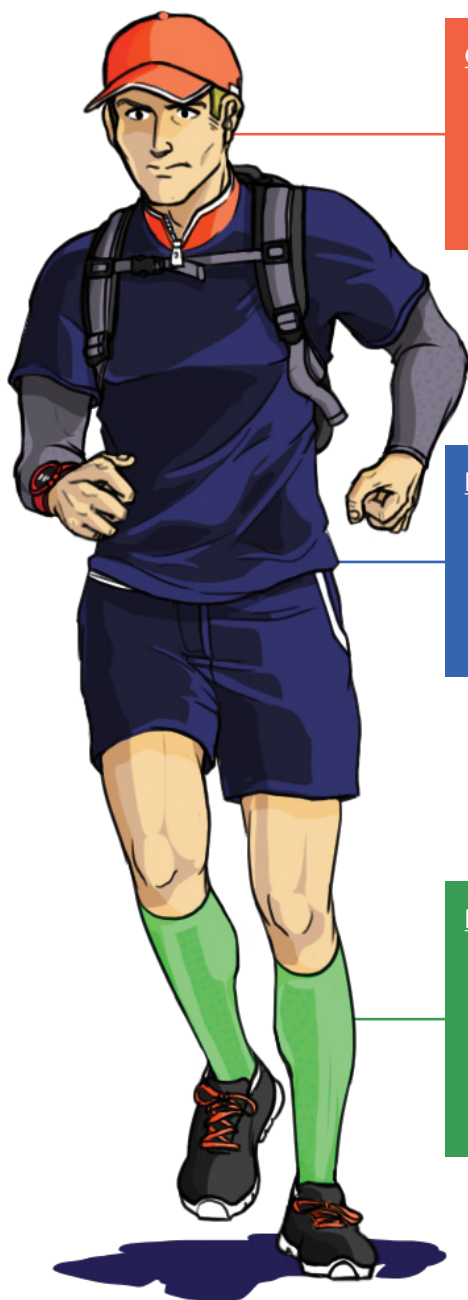
Une pratique régulière, à peine freinée par la canicule. Une majorité de runners arrive à conserver un rythme d'entraînement régulier puisque 60% des runners courent neuf mois par an ou plus. Une stabilité d'autant plus remarquable qu'elle s'est confirmée durant les trois épisodes de canicule de l'été : à peine 9% des runners ont arrêté de pratiquer durant cette période, les autres ayant majoritairement décidé d'adapter leurs horaires.

Les runners s'adaptent aux modifications de leur environnement de travail. Télétravail oblige, les années COVID avaient été marquées par une forte progression des runs durant la journée. Si les runners semblent avoir adopté définitivement les runs matinaux (+6pts vs 2019), l'année 2022 est marquée par une diminution des runs dans l'après-midi au profit des runs en soirée (+8pts vs l'an dernier). Cette volatilité des horaires ne semble pas déranger les runners, comme en atteste la progression des sorties constatée cette année.

L'hybridation de la pratique. Le trail continue d'attirer un nombre croissant de runners. Mais son développement ne se fait pas au détriment de la course sur route. Bien au contraire, ces pratiques sont complémentaires et de plus en plus de runners pratiquent à la fois du trail et du running : ils sont 70% à combiner les deux.

Carte d'identité du runner type

Tous profils confondus : trail comme route, amateur comme confirmé



Carte d'identité

- 60% H / 40% F
- Âge : 39 ans
- Nombre de sports pratiqués : 4,4

Modalités de pratique

- Km par sortie : 9,4 Km
- Durée des sorties (hebdo) : 1h-1h30
- Nombre de sorties (hebdo) : 2,3

Fréquence

- Régularité : forte (12/12 mois)
- Pics de pratique : mars, septembre, octobre*
- Horaires de pratiques préférées : 18h-21h

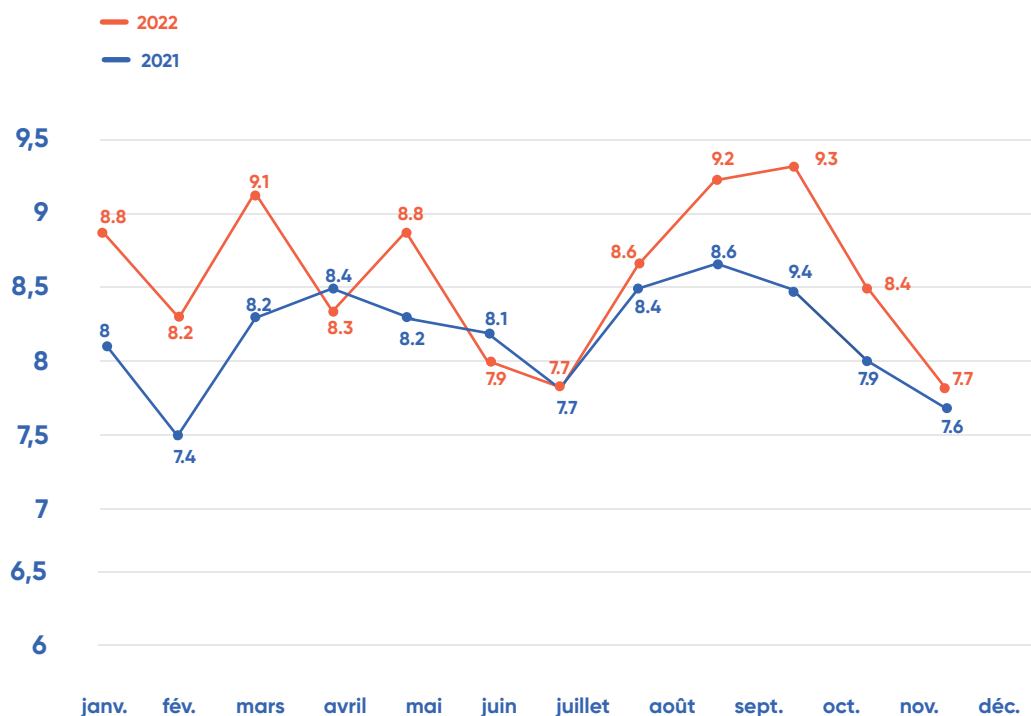
*En termes de sorties

En 2022, la fréquence de pratique augmente



L'an dernier, nous faisons le constat que le running n'avait pas (trop) souffert de la crise, bien au contraire. Les confinements avaient amené à la pratique un nouveau public, dont les fréquences de runs augmentaient progressivement au fil des mois (voir ODR 2021). S'il nous est impossible d'évaluer le pourcentage d'arrêt des "runners du confinement", les contraintes du confinement sont désormais un lointain souvenir : en 2022, la fréquence de la pratique a encore augmenté (et ce pour la 2ème année consécutive).

Nombre moyen de sorties running par runner par mois



Courir plus souvent mais aussi plus longtemps



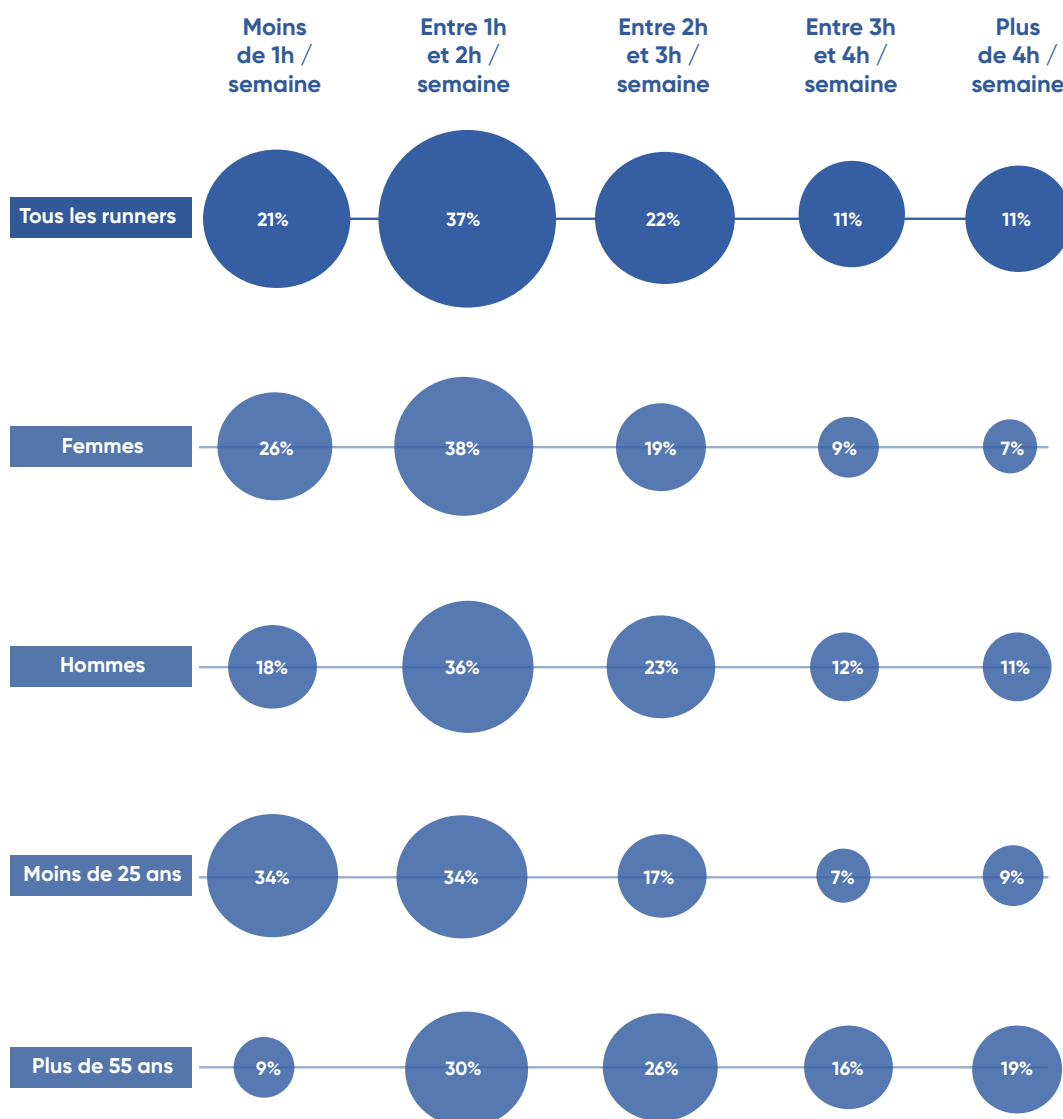
La hausse de la fréquence de la pratique s'est accompagnée d'une petite hausse du kilométrage et de la durée des runs (deux indicateurs qui avaient déjà enregistré une forte croissance en 2021). Fin des contraintes du confinement, flexibilité accrue (horaire, télétravail), néo-runners arrivant à maturité, autant d'hypothèses qui permettent d'expliquer ces phénomènes.

Vitesse moyenne	6'1	6'2	6'2
Durée des séances (min)	54	58	59
Sorties / mois	7,9	8,1	8,5
Km/run	8.9	9,3	9,4
	2020	2021	2022

* Notre analyse Big Data s'étant affinée cette année, nous avons procédé à des ajustements sur nos données 2020 et 2021.

La durée des séances big data

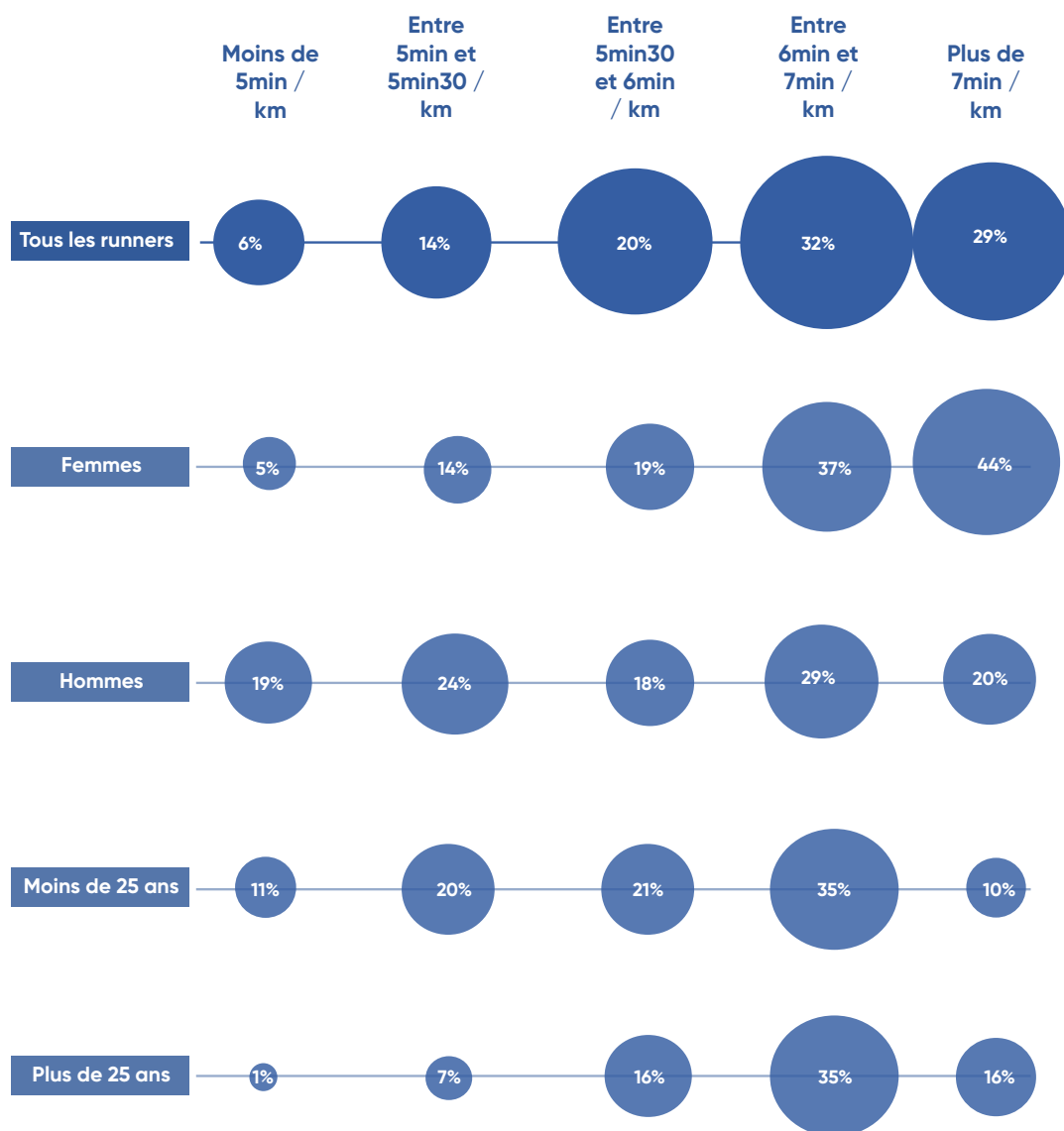
Plus d'un tiers pratique entre 1h et 2h par semaine : c'est la configuration la plus courante chez les runners. Plus on vieillit, plus la durée de pratique hebdomadaire augmente. Même constat pour les hommes, qui courent plus longtemps que les femmes.



La vitesse des runs

 big data

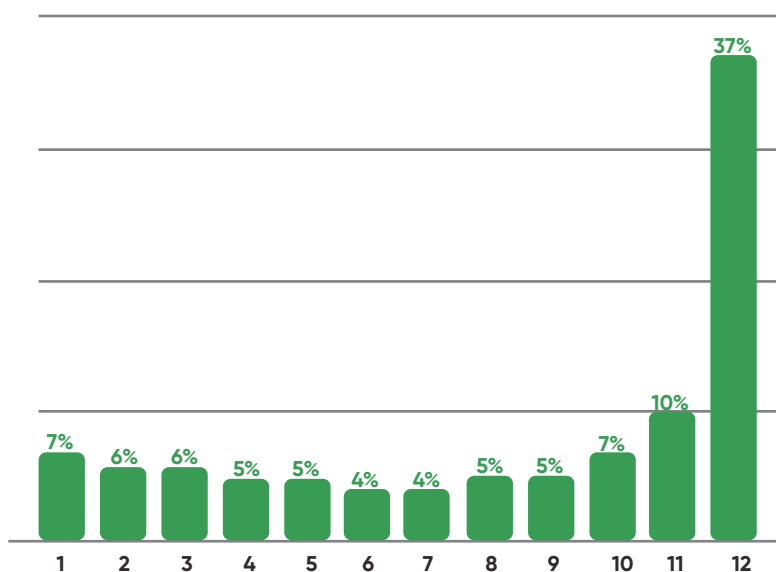
15% des runners courent avec des collègues de travail. Il faut dire que la pratique d'une activité physique est de plus en plus encouragée par les entreprises françaises ! 3% d'entre elles ont déjà mis en place un programme sport, bien-être et santé.



Une régularité à toute épreuve

Le running est un sport très addictif. Conséquence de cette saine addiction, une majorité de runners courent toute l'année et font preuve d'une régularité à toute épreuve : ils sont 60% à courir au moins une fois dans 9 mois de l'année. Et même plus de 35% à courir durant 12 mois de l'année.

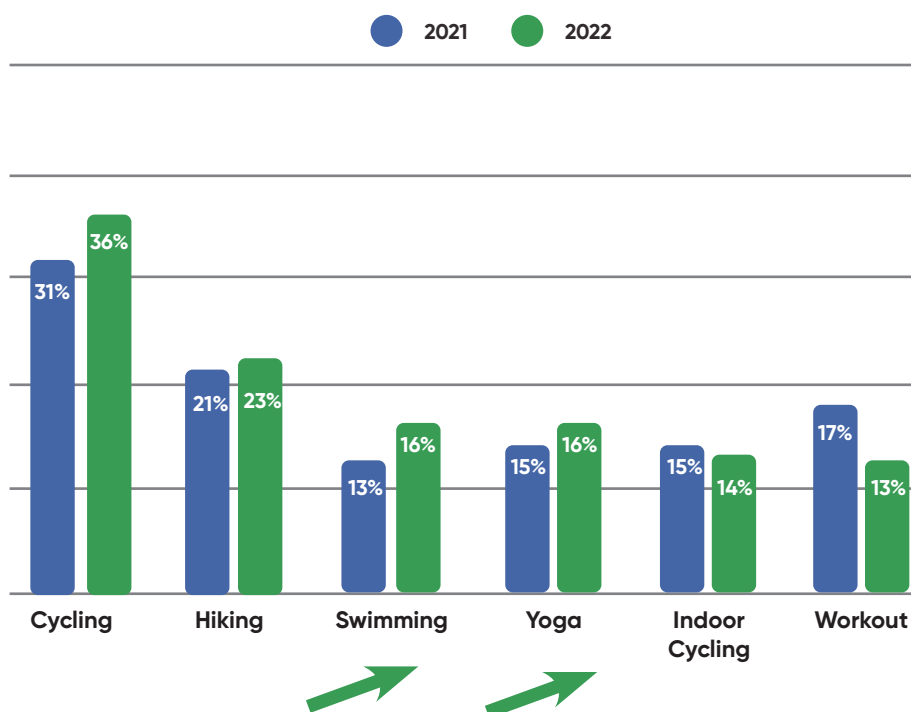
Nombre de mois distincts durant lesquels un user a couru



60% des runner-
euses courent
12 à 9 mois dans
l'année

Des sportifs-ves encore plus polyvalent-es qu'hier

L'ouverture du / de la runner-euse aux autres disciplines se renforce : il-elle pratique en moyenne 4,4 activités (contre 3 en 2020). Pour la première fois, la natation fait son entrée sur le podium des sports les plus pratiqués par ces derniers (ex-aequo avec le yoga dont l'ascension ne faiblit pas) et passe devant la musculation et le cyclisme indoor.

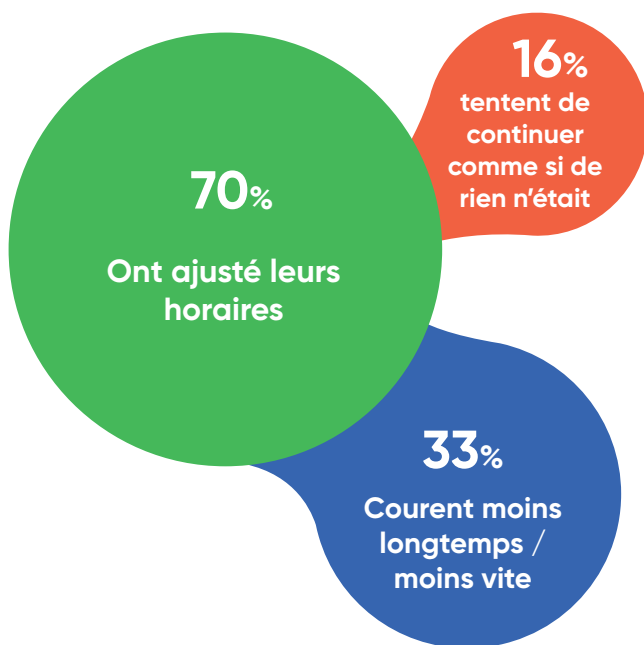


4,4 le nombre distinct de sports pratiqués par runner-euse (+19% vs 2021)

L'impact de la canicule sur les runners

Difficile de qualifier les canicules d'"occasionnelles". Aujourd'hui, les pics de températures sont un véritable paramètre à prendre en compte dans la pratique du running. Il y a eu, par exemple, 3 épisodes de canicule en 2022. Pour y faire face, une large majorité de runners a choisi de continuer à pratiquer durant ces périodes, en s'adaptant et modifiant leurs horaires de pratique (pour 70% d'entre eux).

Lors des périodes de canicule, avez-vous adapté votre pratique ?



L'impact de la canicule du 14 au 22 juin (vs 14/22 mai)

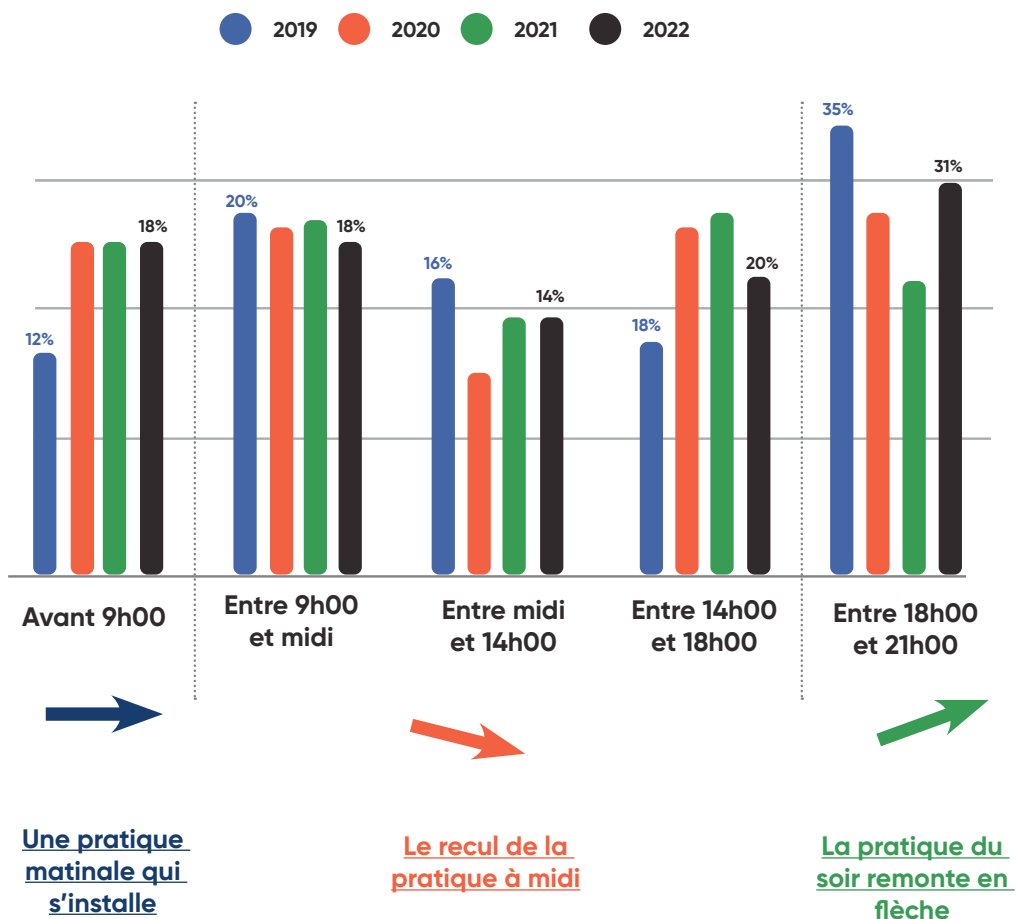
- ▼ -15% de runners actifs
- ▼ -500m en distance/run
- ▼ -5min par sortie

 big data

Une nouvelle fluctuation des horaires de pratique

big data

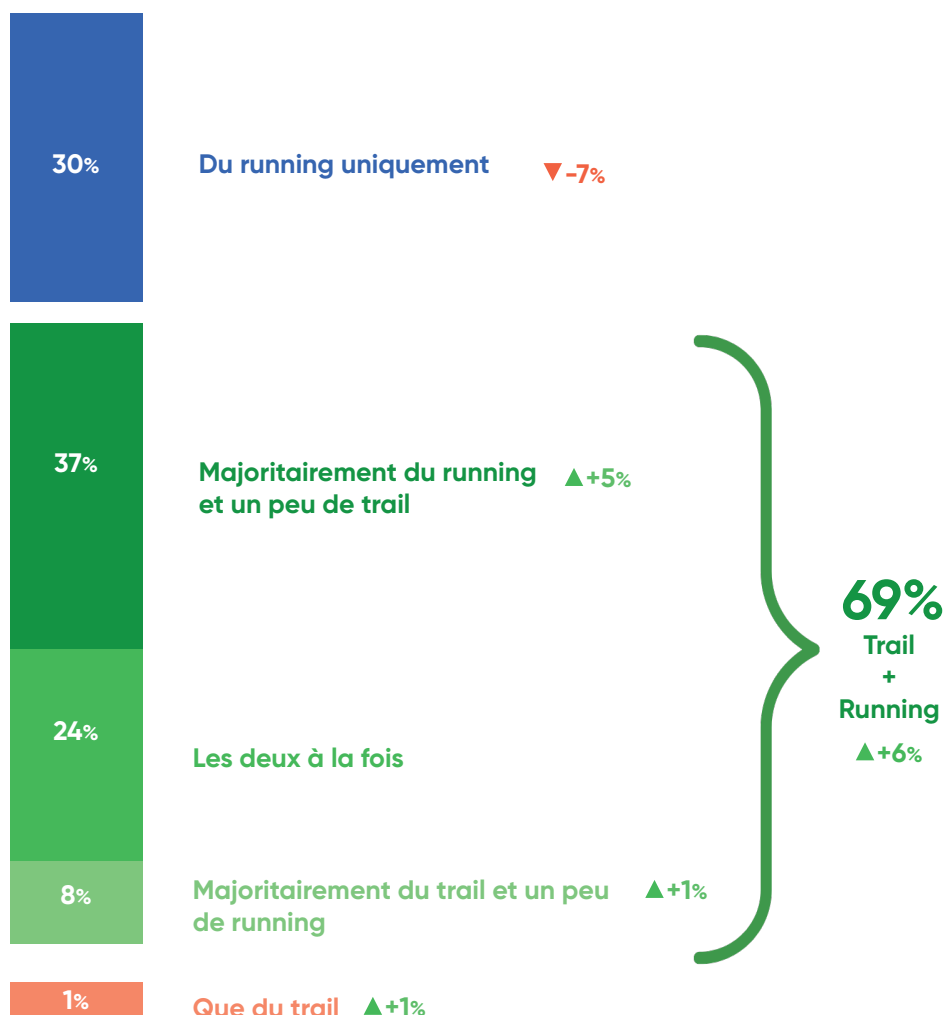
Si le télétravail semble avoir trouvé son rythme de croisière (2 jours / semaine en moyenne en 2022), de nombreux salarié-es reviennent sur site. Cela se répercute dans les horaires de run : la course entre 18h et 21h redevient l'horaire préférée des runner-euses, reléguant le créneau "14h-18h" à la seconde place. A noter enfin que le créneau matinal a trouvé sa place dans l'agenda des runners ces dernières années.



L'hybridation des pratiques

Le maître mot du·de la runner·euse en 2022 est la polyvalence ! Les coureurs hybrides-qui pratiquent le running et le trail- sont de plus en plus nombreux : ils représentent 69% des runners désormais. Cette année, la configuration route + un peu de trail devient la plus populaire (devant les routiers exclusifs).

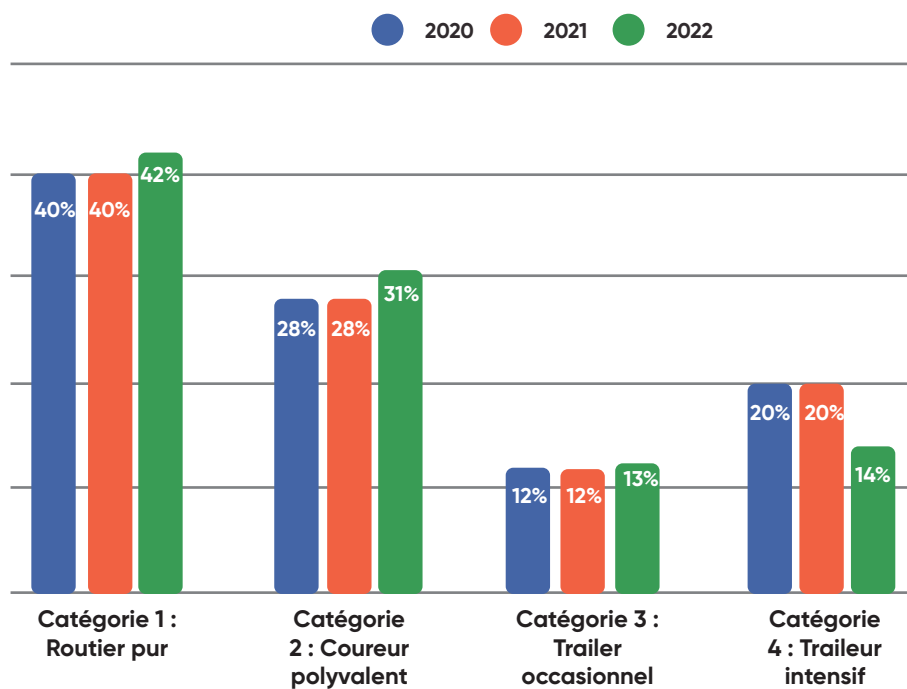
Vous pratiquez ?



L'évolution du trail

Le trail continue sa progression et attire de plus en plus. Cette progression est majoritairement le fruit de coureurs polyvalents ou de traileurs saisonniers. Les traileurs intensifs ont

% de la communauté qui appartient à chaque typologie



Cartes d'identité des différent-es runner-euses

15% des runners courent avec des collègues de travail. Il faut dire que la pratique d'une activité physique est de plus en plus encouragée par les entreprises françaises ! 3% d'entre elles ont déjà mis en place un programme sport, bien-être et santé.

	% Femme	Distance/ sortie (en km)	Durée de sor- tie (en min)	Top 3 marques achetées
Running pur	48%	8,1	53	Asics Nike Brooks
Majorité de running, peu de trail	33%	8,9	57	Asics Nike Koka
Les deux, au gré des envies	28%	9,7	1h15	Hoka Salomon Asics
Majorité de trail, peu de running	26%	10,6	1h29	Hoka Asics Saucony
Trail pur	23%	10,4	1h29	ND

chap.2

Dans la tête des runners

Ce qu'il faut savoir

Le plaisir, un autre moteur de la pratique. Pour rompre la monotonie des longues sorties d'hiver et tordre le cou à l'image d'Epinal de l'athlète qui ferait chaque dimanche la même sortie au même endroit, les runner-euses n'hésitent pas à varier leurs terrains de jeux (plus de 3 en moyenne) et les partenaires de pratique (65% d'entre eux alternent entre sortie solo et en groupe).

Prendre soin de sa santé, l'effet pandémie ? De plus en plus de runners courent pour entretenir leur capital santé. Depuis 2019, la motivation santé progresse lentement mais sûrement et se place désormais en 3ème place des motivations de pratique. C'est même la motivation n°1 chez les + 55 ans.

Le plaisir, un autre moteur de la pratique. Pour rompre la monotonie des longues sorties d'hiver et tordre le cou à l'image d'Epinal de l'athlète qui ferait chaque dimanche la même sortie au même endroit, les runner-euses n'hésitent pas à varier leurs terrains de jeux (plus de 3 en moyenne) et les partenaires de pratique (65% d'entre eux alternent entre sortie solo et en groupe).

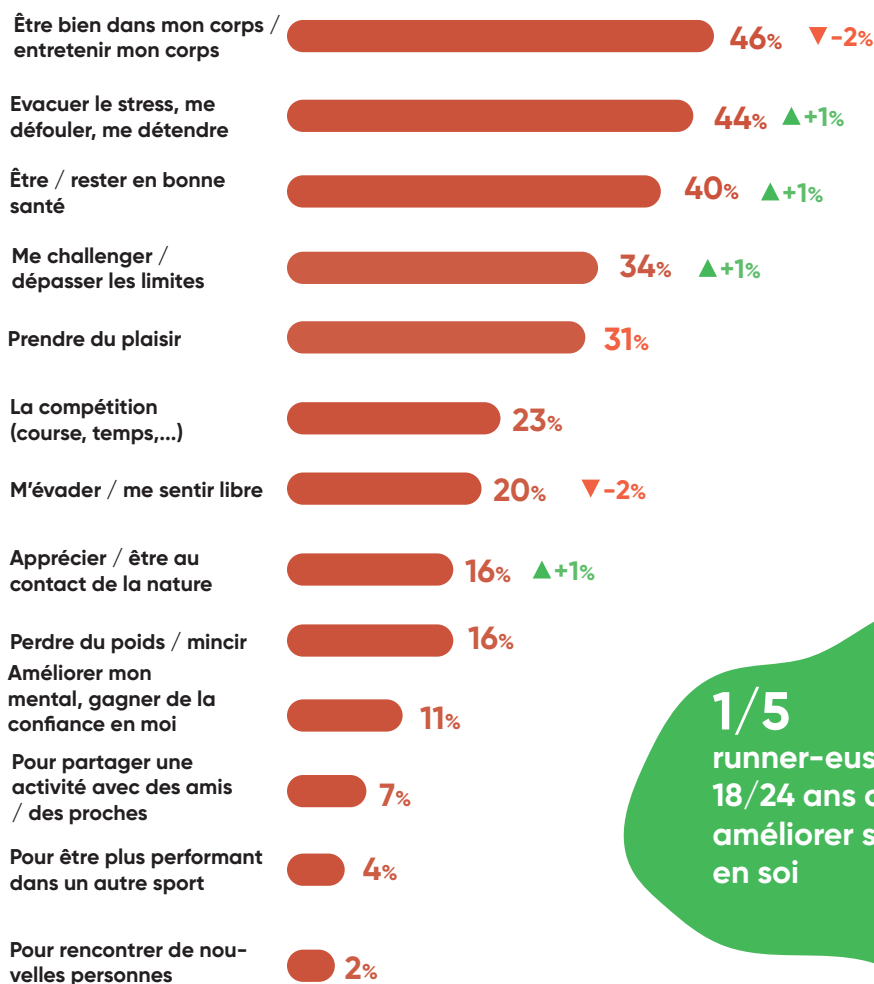
Courir connecté, une constante. Distance, vitesse et temps sont sur le podium des données les plus suivies par les runners. Apprécié des trailers, le dénivelé arrive quant à lui en 4ème position (à distance encore respectable du podium).

Des envies de nature qui persistent. Et qui progressent même, puisque les runners ont davantage pratiqué dans la nature que l'an dernier : pour y courir, pour y faire des trails, pour leurs vacances ou même de la randonnée ou de la micro-aventure... Et si l'on en croit ces derniers, cette envie de dépaysement et de nature n'est pas prête de s'arrêter !

Les motivations de pratique

Si la recherche du bien-être physique et mental demeure (et de loin) la motivation principale des runners, on constate la progression lente mais régulière de la dimension santé : +7% depuis 2019. La recherche de la compétition est quant à elle stable par rapport à l'an dernier, dans des niveaux similaires à l'avant pandémie.

Vous courez pour : *(plusieurs réponses possibles)*



1/5
runner-euse de
18/24 ans court pour
améliorer sa confiance
en soi

Le running, source de bien-être

Les runner-euses recherchent la forme et le bien-être en pratiquant le running – et le running leur rend bien. En effet, les runner-euses se sentent plus en forme que la moyenne des Français. Avec un score de forme moyen de 14/20 (vs 12,8 pour les Français*), les runner-euses se sentent mieux dans leur peau que le reste de la population.

Pour les runners



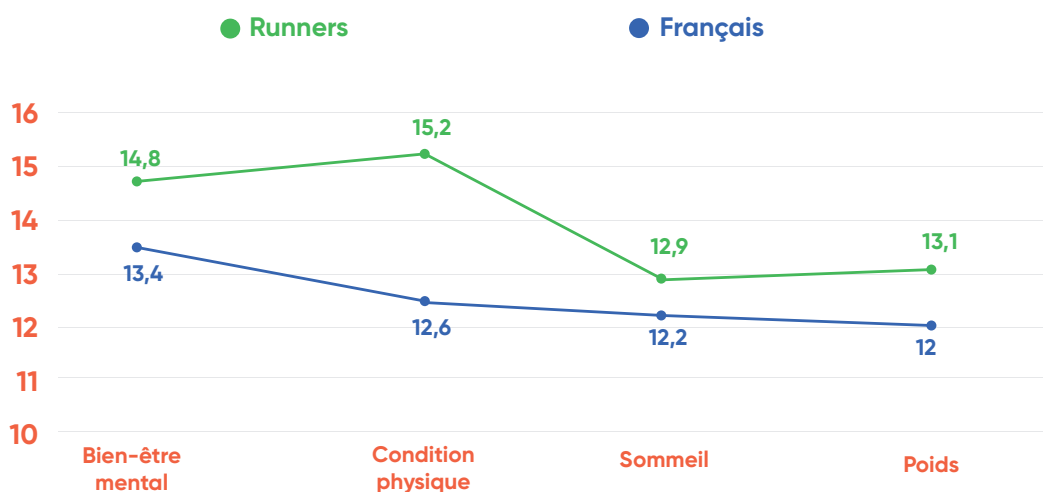
Note moyenne de forme

Pour les Français



Note moyenne de forme

Sur une note de 0 à 10 comment jugez-vous les items suivants ?

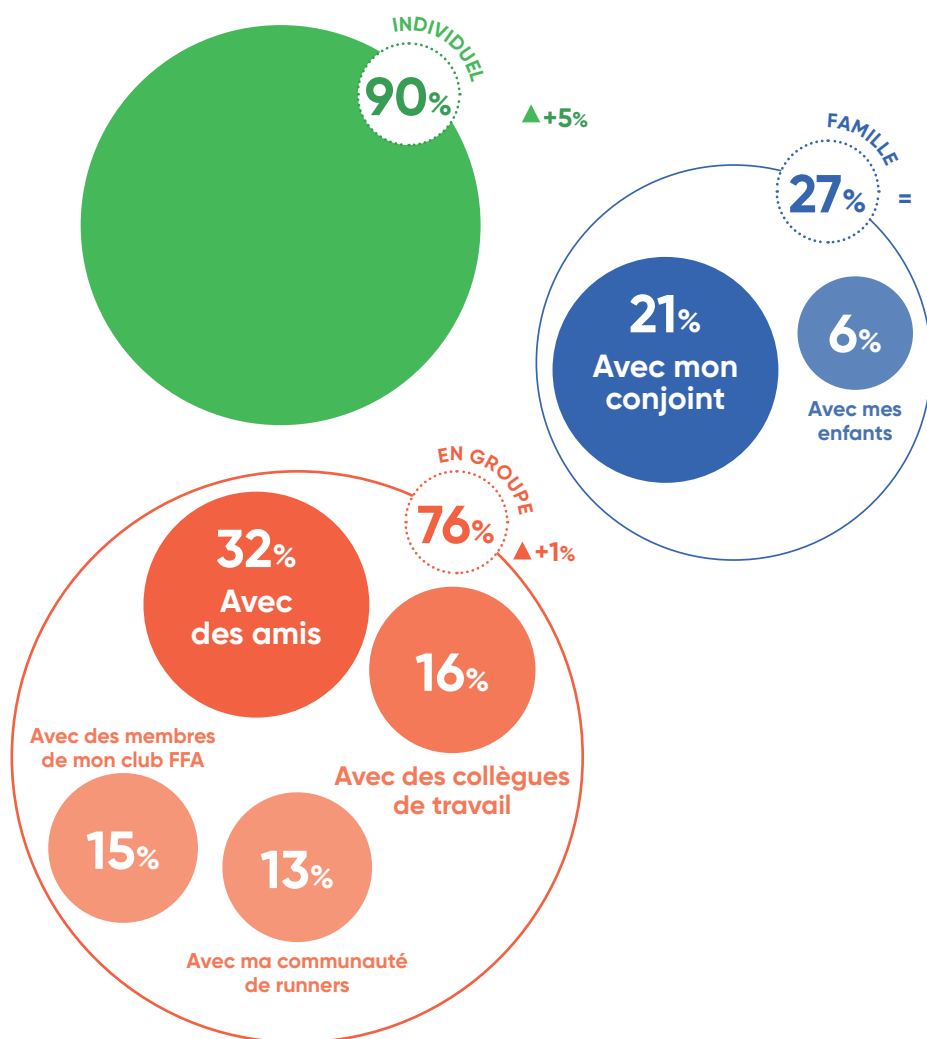


*Source : Observatoire de la forme, USC 2022

Des runners qui alternent les partenaires de pratique

La pratique "individuelle" reste le socle de la pratique du running : 9 runner-euses sur 10 font des sorties en solo. Néanmoins, le-la runner-euse alterne des sorties "seule" avec des sorties "en groupe" selon ses envies, objectifs et disponibilités des partenaires. Ils-elles sont ainsi 67% à mixer pratique individuelle et collective.

Avec qui courez-vous habituellement ? (plusieurs réponses possibles)

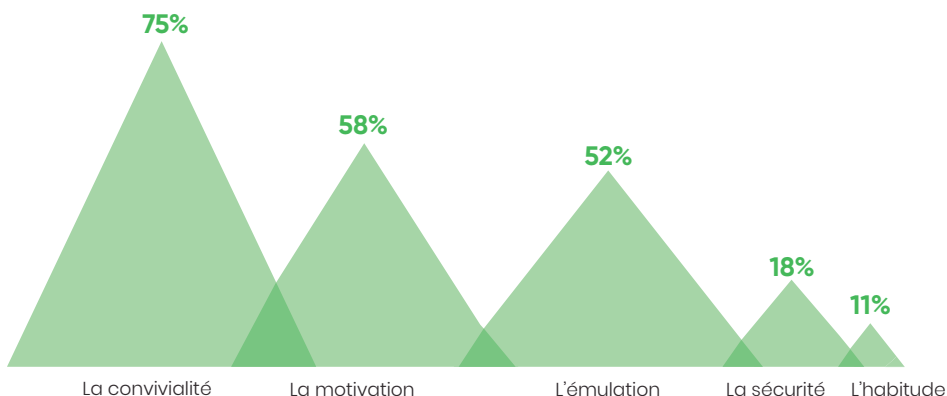


Pratique individuelle vs pratique collective

Les sorties en groupe sont motivées par la convivialité, tandis que la simplicité et la tranquillité expliquent les sorties en solo. Des motivations antagonistes qui font varier les modes de pratique.

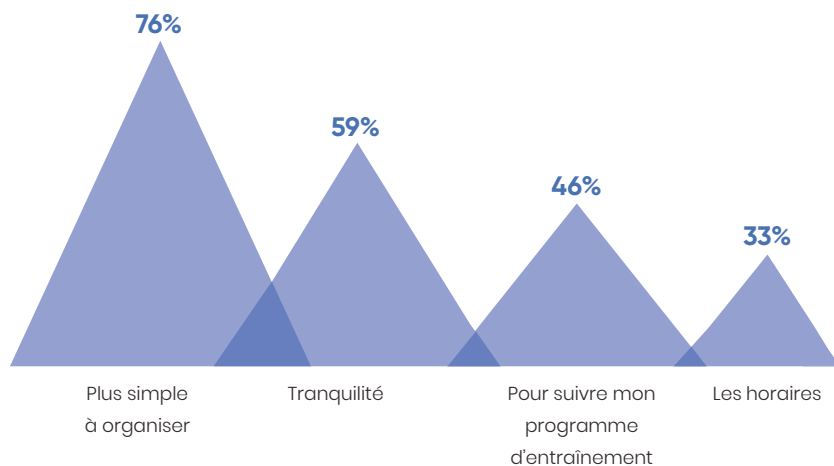
Pour quelles raisons courez-vous en groupe ?

67% des runners courent en groupe



Pour quelles raisons courez-vous tout seul ?

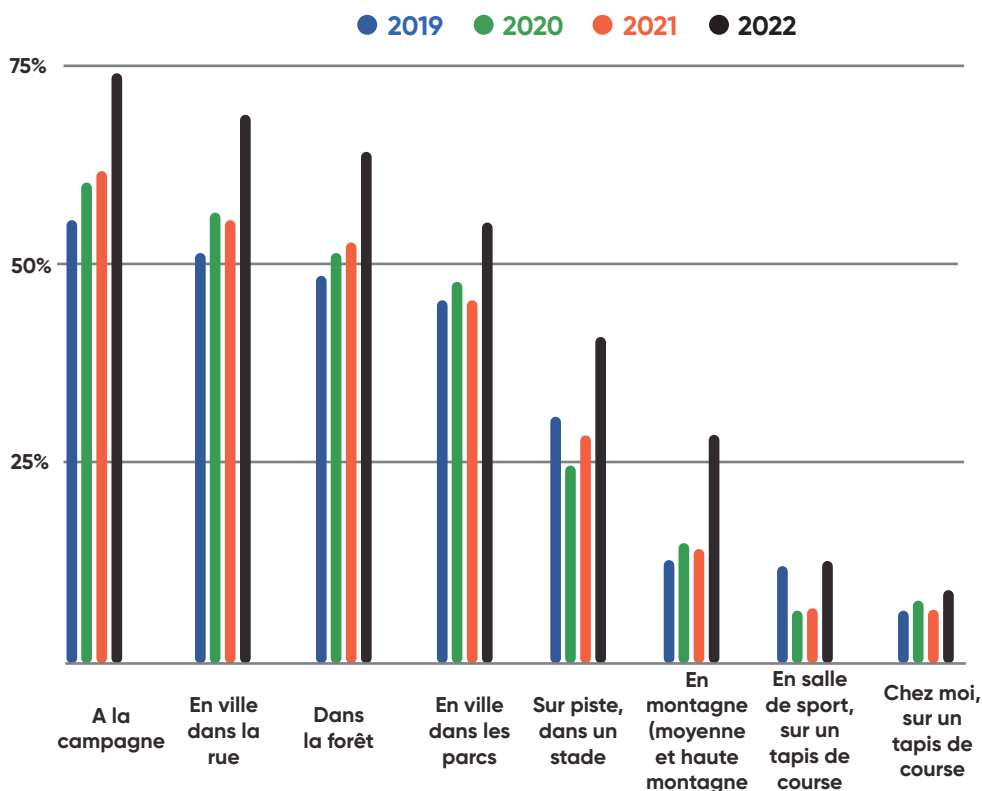
33% des runners courent uniquement seul



Des terrains de jeu de plus en plus nombreux

Conséquence directe de l'augmentation du nombre de sorties, les runners ont multiplié les terrains de jeu pour leur pratique en 2022 : un runner court en moyenne dans 3,5 lieux différents par an (+30% vs 2021). On retrouve cette hybridation des lieux de pratique pour 84% des runners qui courent dans deux lieux différents au cours de l'année (65% courent dans 3 lieux différents).

Au cours des 12 derniers mois, dans quel cadre avez-vous couru?
(plusieurs réponses possibles)



Le running au féminin : des vertus pour le mental

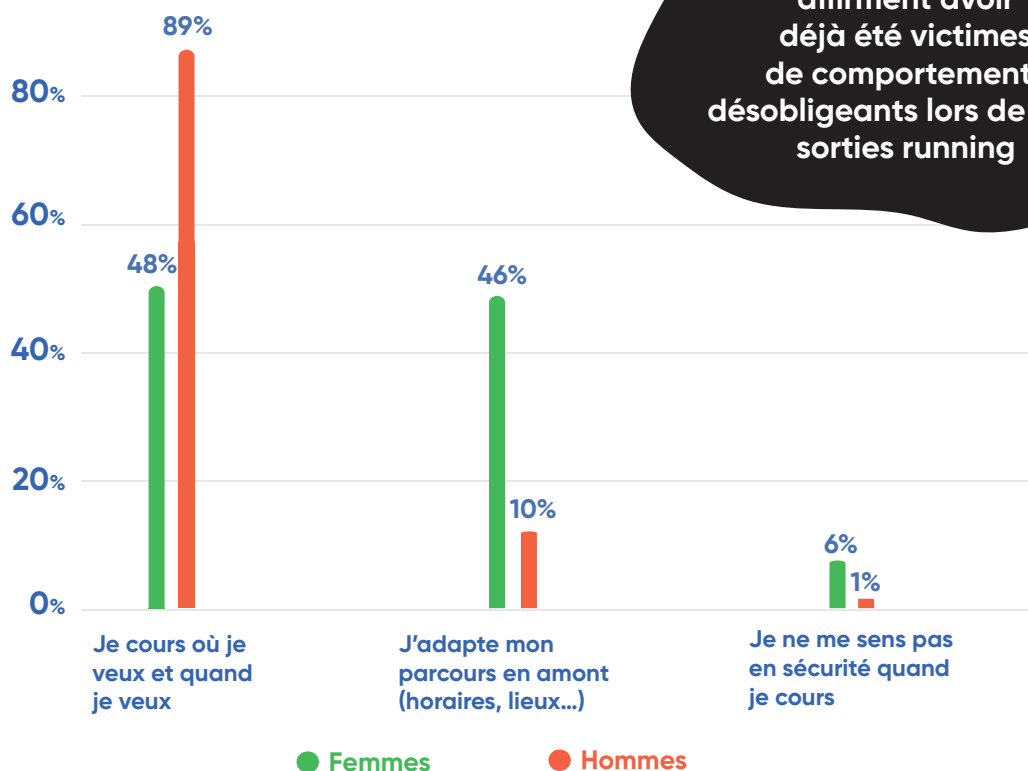
Le running au féminin se développe d'années en années, et les raisons semblent être davantage d'ordre mental que physique. En effet, les femmes sont largement surreprésentées sur les motifs psychologiques, à l'instar de "gagner en confiance en soi", "se sentir libre", "se défouler"...

Top motifs féminins pour la pratique du running

L'insécurité, un frein pour le développement de la pratique féminine

29% des femmes affirment avoir déjà été victimes de comportements désobligeants lors de leurs sorties running (vs 13% d'hommes). Conséquence de ces incivilités, les femmes adoptent des stratégies d'évitement : un quart d'entre elles adapte leur parcours en amont d'une sortie pour se sentir en sécurité.

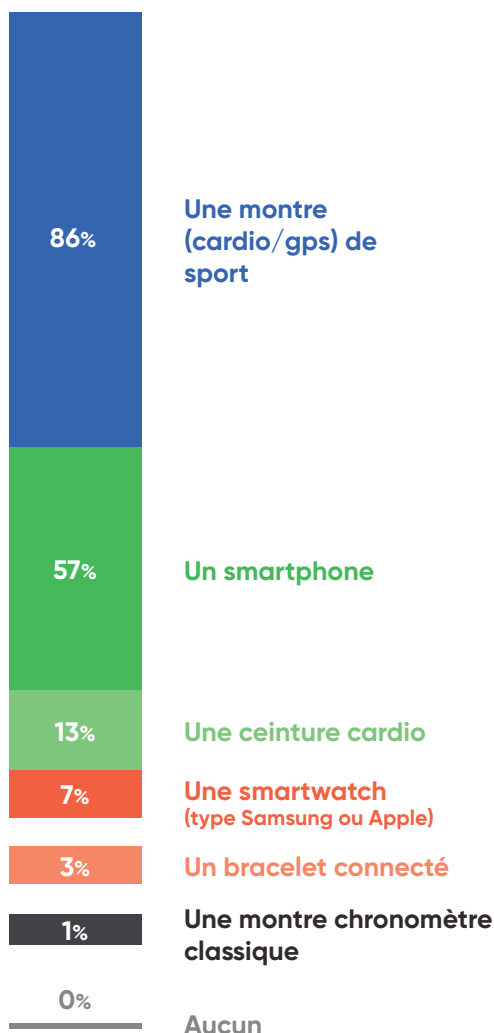
Vous sentez-vous en sécurité lorsque vous courez ?



Courir connecté : le runner augmenté

Les runners se sont emparés depuis plusieurs années des outils de quantified self et plus particulièrement de la montre de sport (cardio/gps), désormais incontournable.

Quelles données suivez-vous quand vous courez ? (pendant ou après vos sorties ?)



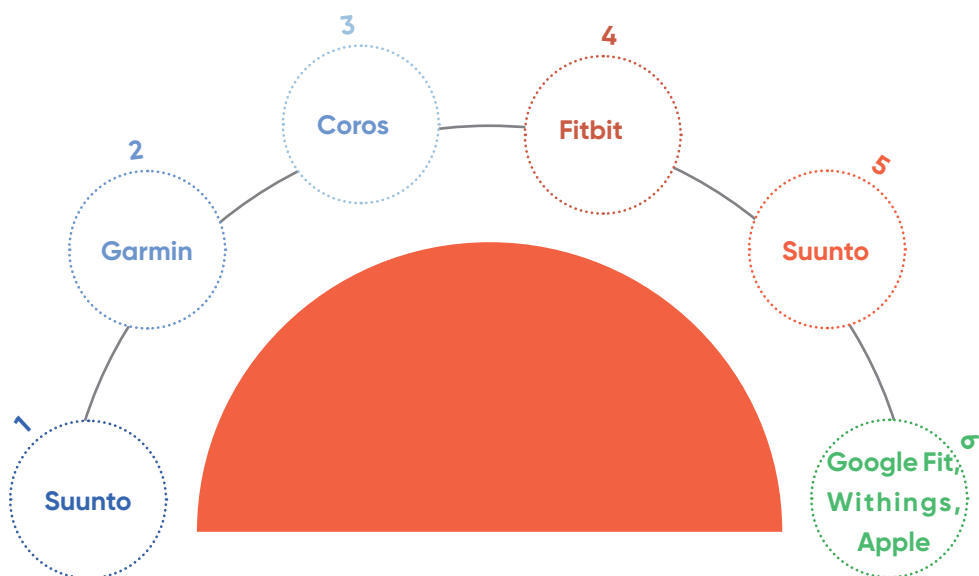
Données suivies par les runners

- 1 Ma distance/ kilométrage parcourue **73%**
- 2 Ma vitesse/ mon allure **9%**
- 3 Mon temps/ ma dureté de sortie **6%**
- 4 Le dénivelé **2%**
- 5 Ma fréquence/ cadence de foulées **2%**
- 6 Les calories brûlées **2%**
- 7 Rien de tout cela **2%**

Courir connecté : les apps de sport



Dénivelé, durée, nombre de séances effectuées, genre représenté... On vous dit tout sur l'usage fait des principales apps de sport (détails en annexes).



1 : L'app où l'on run le plus longtemps / plus de distance

2 : L'app qui enregistre un max d'activités

3 : L'app où l'on enregistre un max d'activités

4 : L'app préférée par les femmes

5 : L'app préférée par les hommes

6 : L'app des petites distances

Coros, Garmin, Fitbit, Runstastic, Withings, Apple, Décathlon, Huawei... Retrouvez la liste des principales app de sport et leur détail (genre, âge moyen, dénivelé, distance...) en annexes de l'Observatoire !

La nature, au coeur des aspirations des runners

Alors que l'an dernier, nous célébrions déjà l'appétence des runners pour la pratique dans la nature, ces derniers ont encore renforcé leur pratique outdoor en 2022. En courant, en marchant, ou même en vacances, toutes les pratiques en plein air ont progressé l'an dernier.

À l'avenir, qu'est-ce qui vous fera continuer à courir ?

Courir dans la nature



De la randonnée

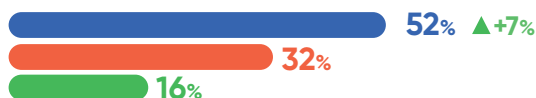
(sur une journée ou en itinérance)



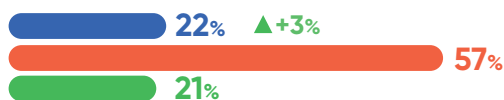
Une course de trail



Choisir son lieu de vacances pour pouvoir courir



Un week-end de micro-aventure (de plein air, courte durée en itinérance)

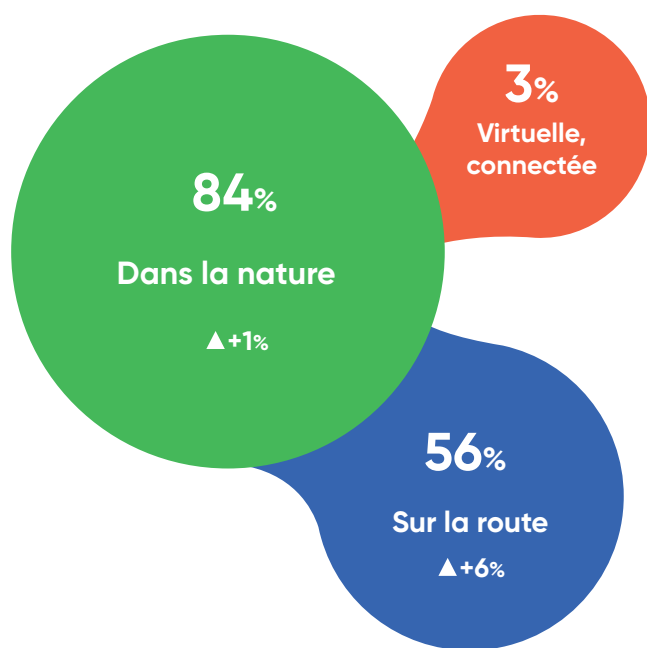


- Activités réalisées au cours des 12 derniers mois
- Pas fait, mais intéressé
- Pas fait et pas intéressé

L'avenir du running

Pour l'avenir de la pratique, la course en pleine nature est largement plébiscitée dans des niveaux similaires à l'an dernier. Mais la route y trouvera également toute sa place (+6pts vs l'an dernier). Hybridation et complémentarité semblent être les deux piliers de la pratique d'aujourd'hui...et de demain !

Quand vous pensez à votre pratique du running dans les prochains mois ou prochaines années (sans forcément penser à la compétition), vous l'imaginez ?



chap.3

Dans le pannier des runners

Ce qu'il faut savoir

Les contenus running, de l'inspiration pour la pratique avant tout.

L'an dernier, les influenceurs et les podcasts ont connu la plus forte croissance des contenus running consultés par les runners. Leurs impacts demeurent néanmoins limités : ces contenus inspirent davantage les runners sur leurs pratiques qu'ils ne constituent de véritables prescripteurs d'achat.

La plaque carbone à pas feutrée.

Ni flop, ni explosion, voilà comment l'on pourrait décrire l'arrivée de la plaque carbone sur le marché. L'intérêt des runners pour ce type de produits reste limité : 10% des runners nous déclarent vouloir en acheter, un chiffre stable depuis 3 ans. En même temps, la part des possesseurs augmente petit à petit : ils sont désormais 18% à en posséder un modèle. Une niche solide pour compétiteurs avant tout. Ni plus, ni moins.

Une crise après l'autre, l'inflation inquiète pour 2023.

À peine terminée la crise COVID- ses fermetures de magasins et ses problèmes d'approvisionnement – que pointe une crise tout aussi pernicieuse : l'inflation. Elle constitue une véritable inquiétude pour nos runners. En plus de réduire leurs dépenses du quotidien, 60% d'entre eux déclarent vouloir diminuer leur dépense running au cours de l'année 2023.

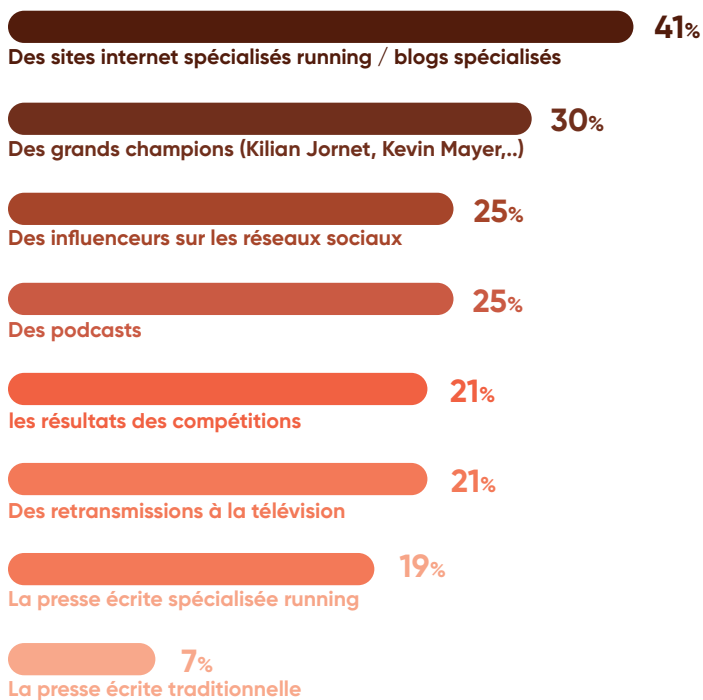
Consommer autrement, de nouvelles attentes générationnelles ?

La sincère sensibilité environnementale des runners ne s'est jusqu'alors pas traduite en acte : à peine 10% d'entre eux ont déjà acheté une chaussure éco-conçue. Néanmoins, les jeunes générations se montrent plus ouvertes que les seniors sur les systèmes alternatifs à l'achat. C'est particulièrement le cas sur la précommande par exemple (58% des 18/24 ans sont intéressés contre seulement 23% des +55 ans). Au vu de l'intérêt qu'ils suscitent, ces systèmes alternatifs pourraient constituer l'avenir de la consommation des produits.

La consommation de contenu

Bien que les sites spécialisés running restent la source d'information n°1 des pratiquant-es (et croît même de +6 points vs 2022), on observe une hausse d'intérêt pour les influenceur-euses (+8 points) et podcasts (+10 points).

Pour votre pratique du running, quels sont les personnalités ou contenus que vous suivez / consommez régulièrement ?



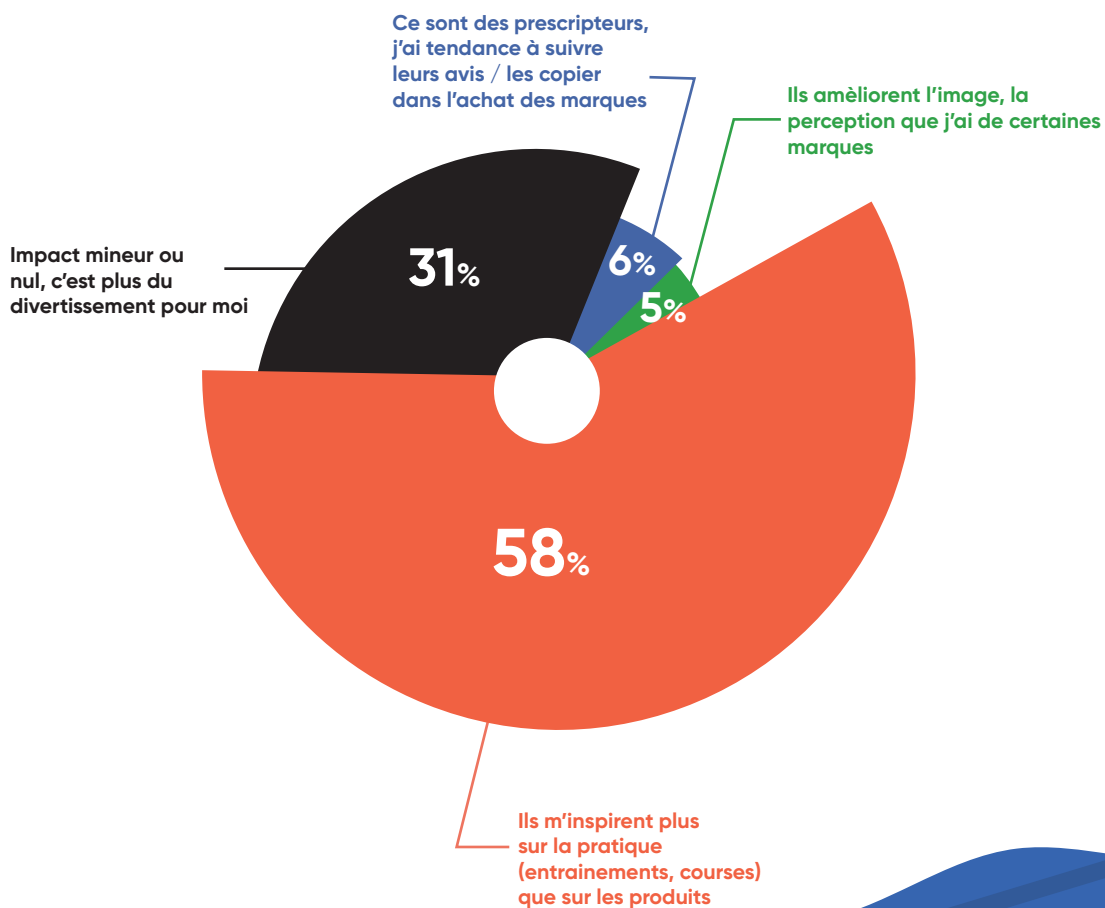
48% des 18/24 ans suivent des influenceurs sur les réseaux sociaux

Plus de **70%** des runner-euses consomment des contenus liés au running

L'impact des influenceurs

Les contenus ont un impact «inspirationnel» sur la pratique alors que la conversion en achat reste, elle, marginale.

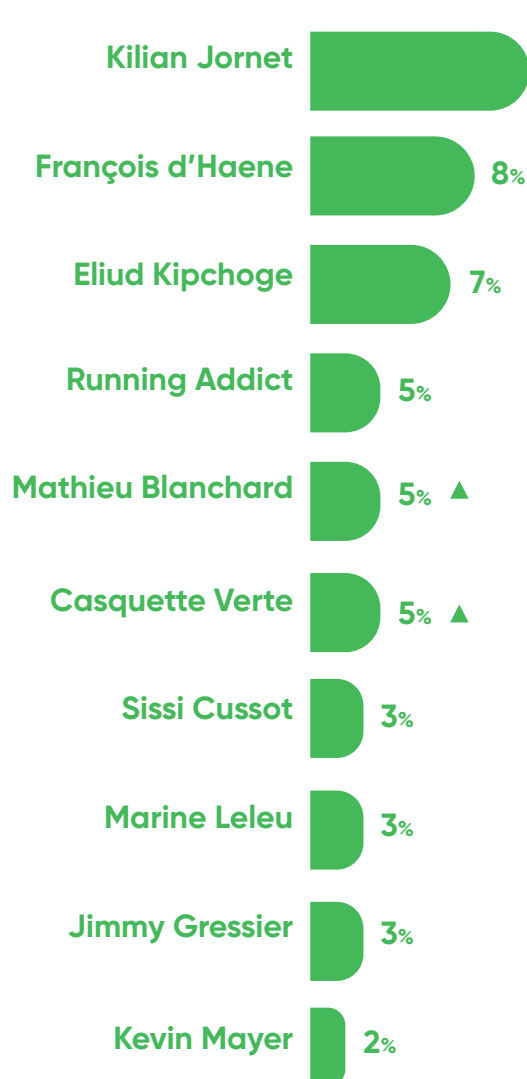
Comment ces contenus influencent votre perception des marques de running (chaussure ou textile) ?



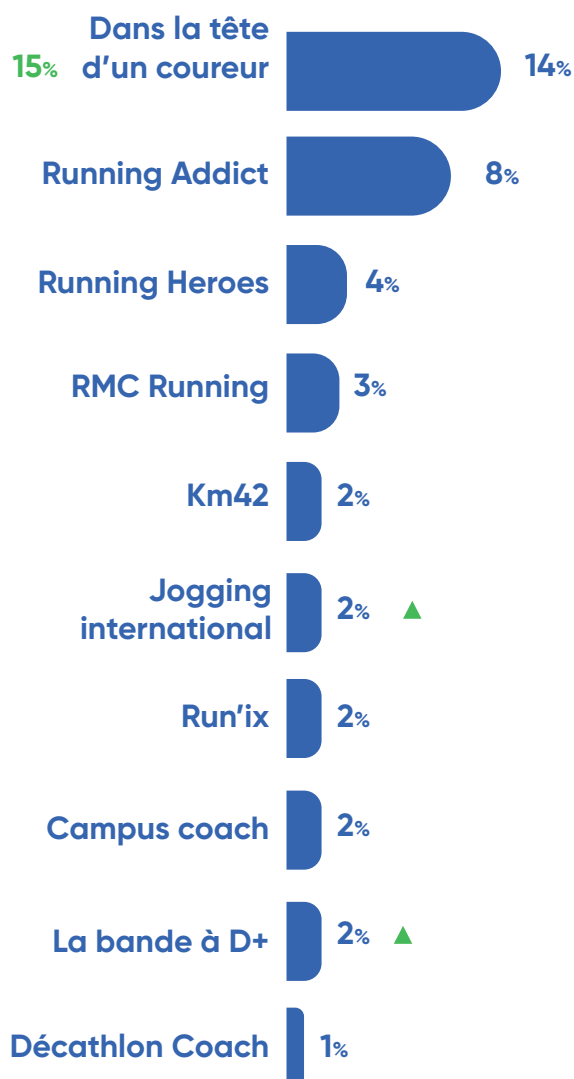
10% des 18/24 ans suivent les avis des influenceurs, et les copient dans l'achat des marques

Influenceurs & contenus : le classement

Top influenceurs : personnalités



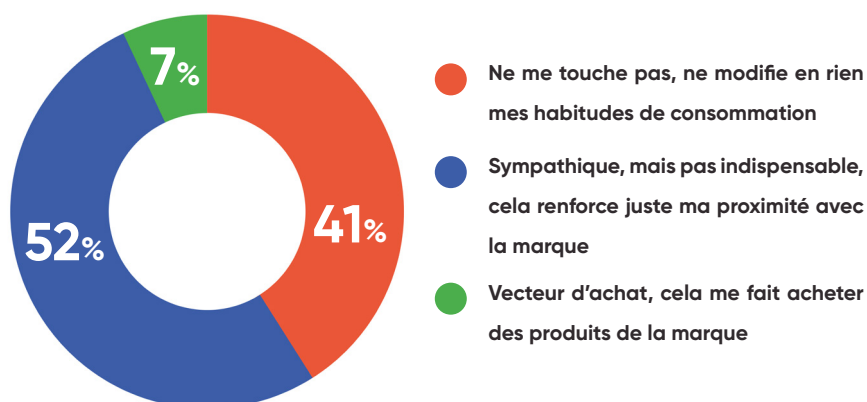
Top contenus



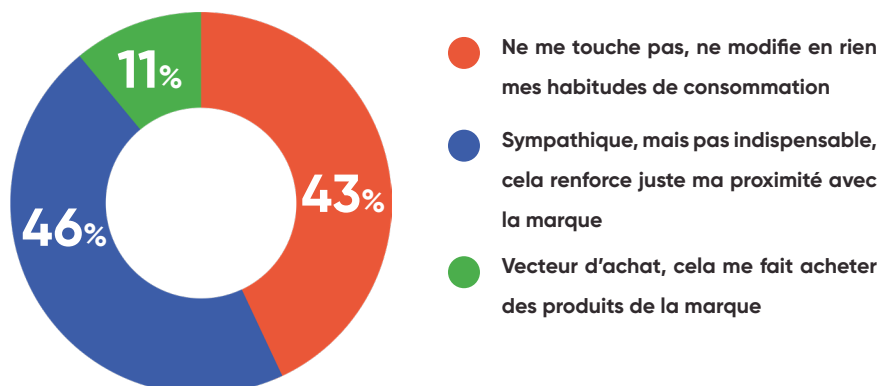
L'influence des marques

La présence d'ambassadeurs de marques en magasin ou en sponsoring de courses ont un effet positif sur l'image de la marque. La transformation en achat reste plus confidentiel

Le fait qu'une marque sponsorise votre course favorite, cela :



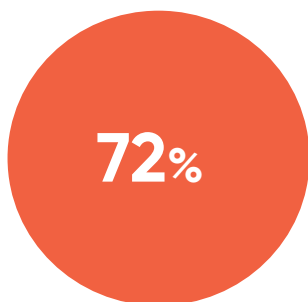
De plus en plus de marques déploient des ambassadeurs / des représentants en magasins pour faire tester leurs produits. Pour vous, cette présence en magasin elle :



L'impact de l'inflation

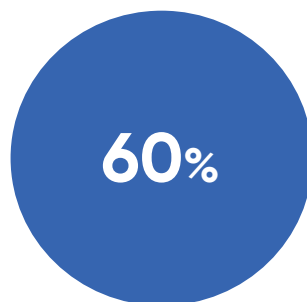
L'inflation impacte de plein fouet le pouvoir d'achat des runners. Une large majorité d'entre eux déclare vouloir diminuer les dépenses "running" dans l'année à venir. Une inquiétude qui les pousse à vouloir acheter davantage en promotion.

Pour les dépenses du quotidien



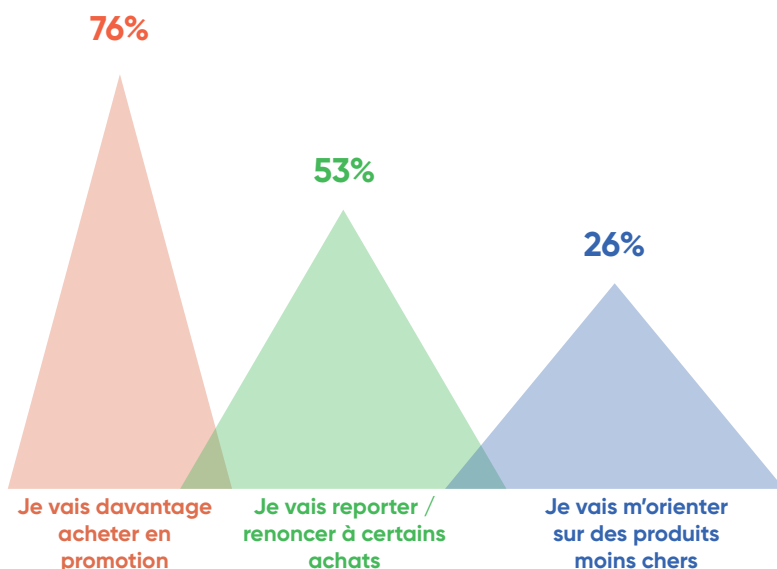
font attention/réduisent leurs dépenses du quotidien à cause de l'inflation

Pour les produits running



des runners comptent réduire leurs dépenses de produits running en 2023

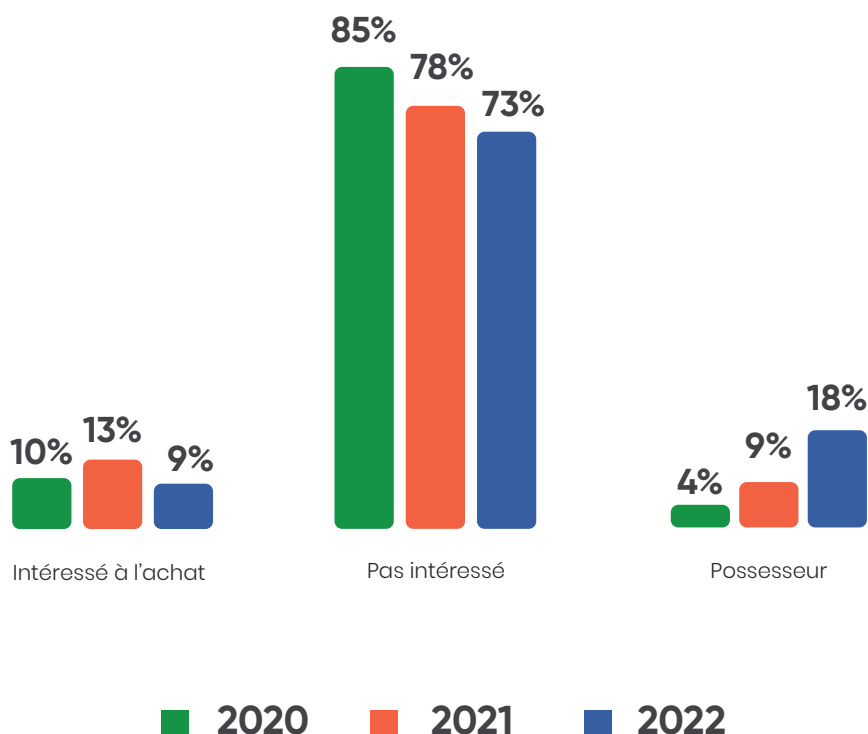
Quelle stratégie allez-vous adopter compte-tenu de l'inflation ?



Plaques carbonées : les intentions d'achat

L'intérêt pour la plaque carbone reste stable depuis 3 ans (aux alentours de 10% des runners). Le nombre de possesseurs de ce type de chaussures augmente progressivement.

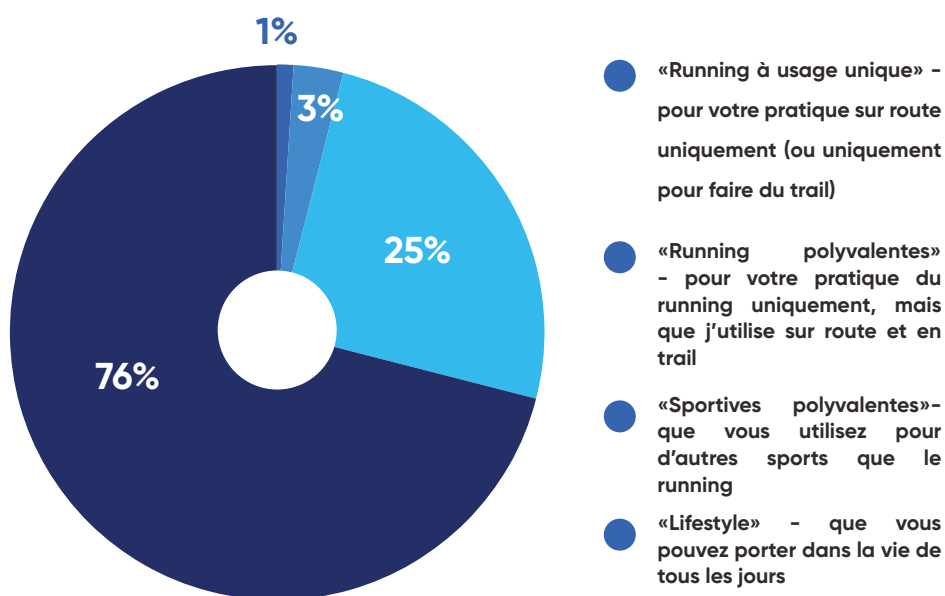
Evolution des intentions d'achat de la plaque carbone



Les types de running possédés

Les runners possèdent trois paires de running en moyenne (un chiffre stable par rapport à 2020). Les runners régulièrement auront tendance à opter pour une paire par usage (une paire pour la route, une paire pour le trail, etc). A l'inverse, un runner occasionnel aura davantage tendance à utiliser sa paire de running pour plusieurs usages.

Pour votre pratique du running, vous achetez généralement des chaussures :

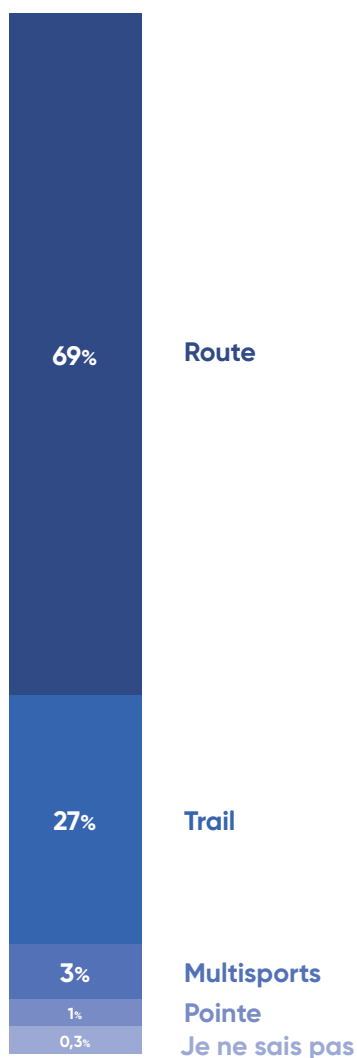


38% de running polyvalentes pour les runners occasionnels

Les types de chaussures achetées en 2022

En 2022, 90% des runners ont acheté des chaussures pour leur pratique. Une hausse de 3% par rapport à 2021. La chaussure de route représente toujours 69% du marché, une proportion strictement identique à l'an dernier.

Quel type de chaussures avez-vous acheté au cours des 12 derniers mois ?

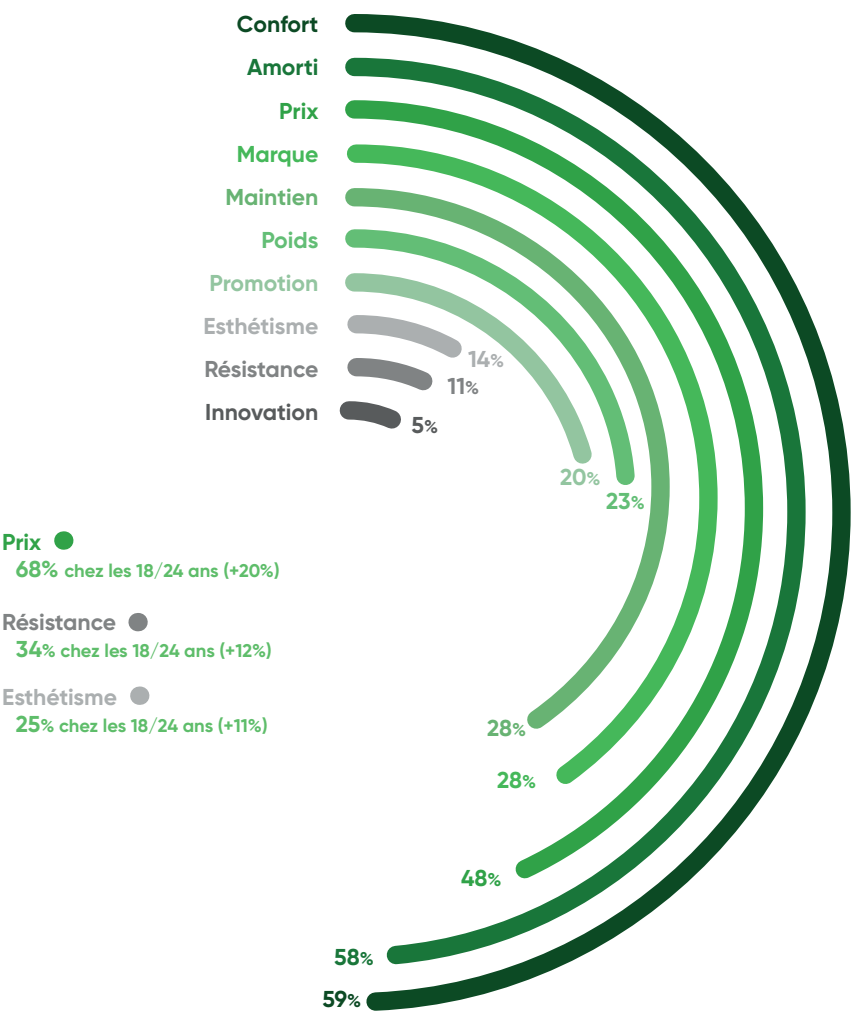


1,8
Le nombre
moyen de
chaussures
achetées en
2022

Critères de choix de chaussures

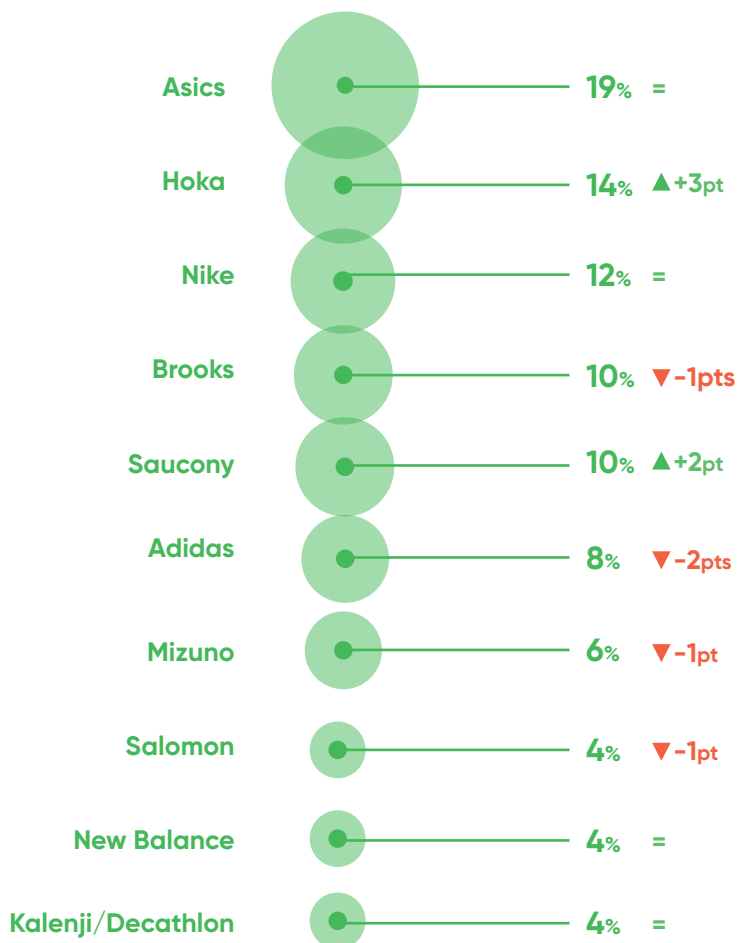
L'impact de l'inflation se traduit par une forte progression du critère "prix" chez les runners (+25%). Malgré cette forte progression, le confort et l'amorti restent les deux critères les plus recherchés par les runners.

Quels ont été vos critères de choix pour l'achat de votre dernière paire de chaussure ? (plusieurs réponses possibles)



Le top 10 des marques

Quelle était la marque de votre dernière paire de chaussure achetée ?



Top 5 route

Asics	21%
Nike	13%
Hoka	12%
Saucony	11%
Brooks	11%

Top 5 trail

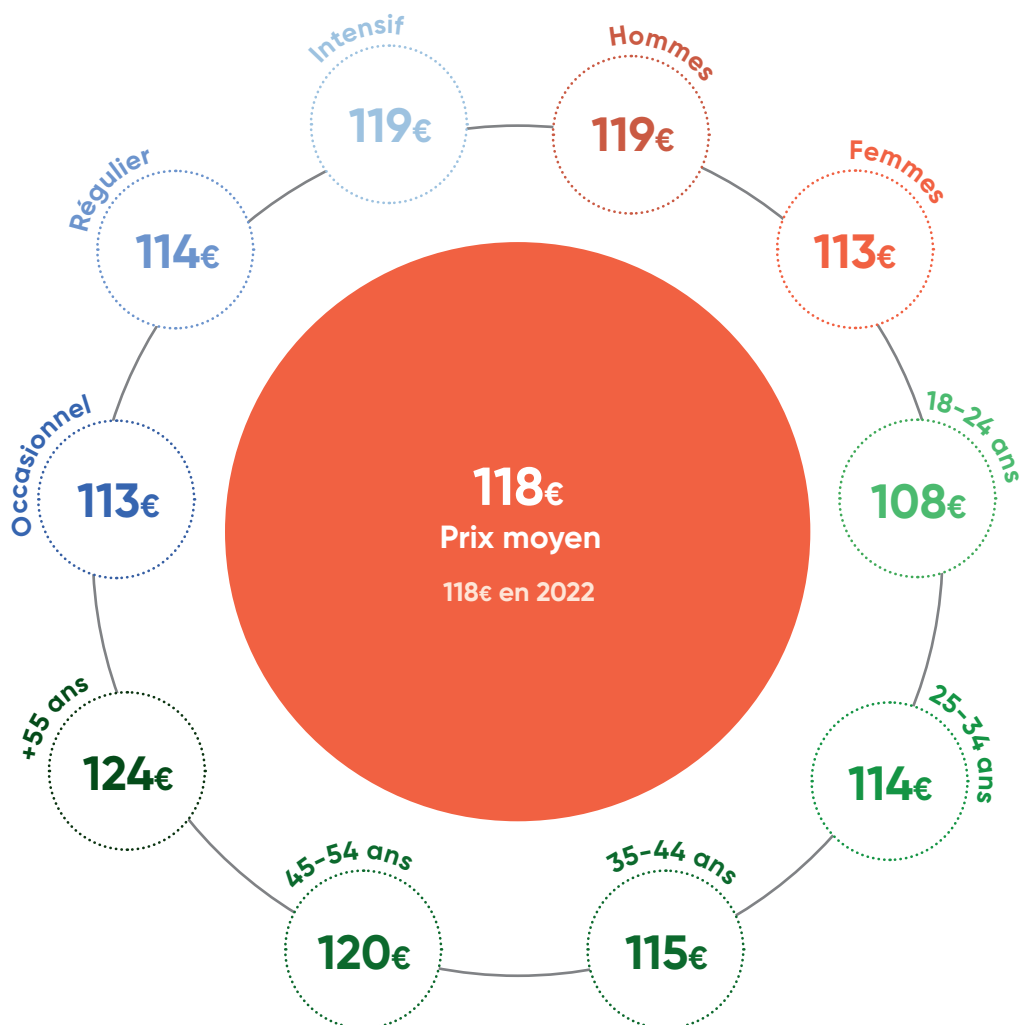
Hoka	20%
Salomon	13%
Asics	13%
Nike	8%
Saucony	8%

Les marques préférées selon les différentes pratiques

Quel montant avez-vous dépensé pour l'achat de votre dernière paire de running ?

Le prix moyen de la chaussure

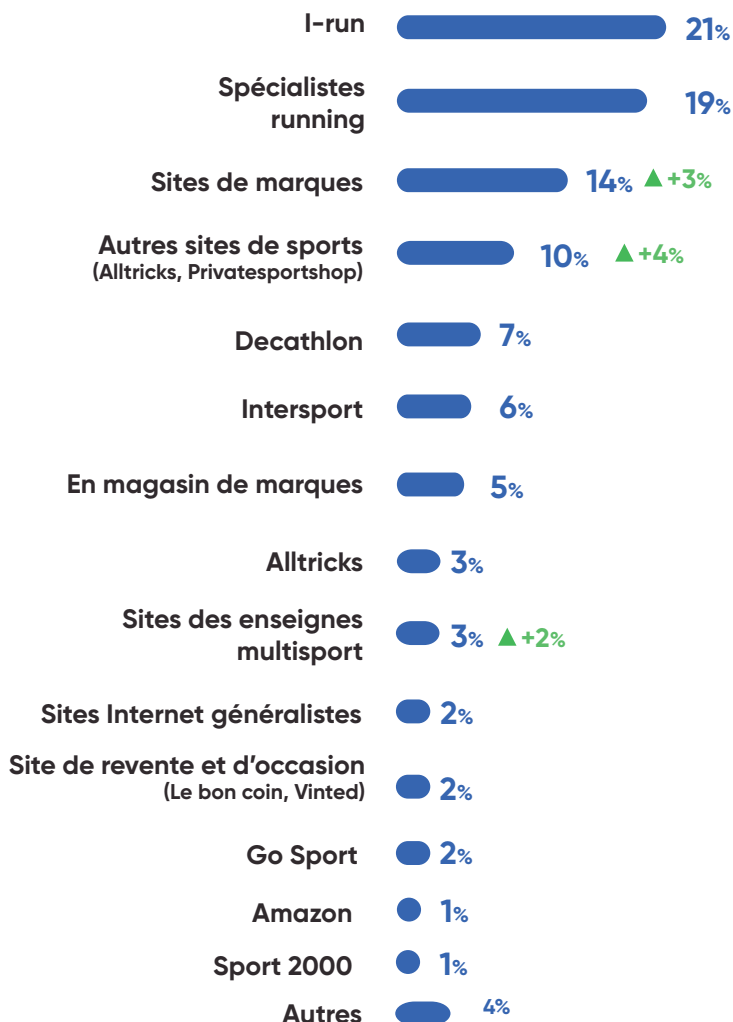
Quel montant avez-vous dépensé pour l'achat de votre dernière paire de running ?



Les lieux d'achat pour la chaussure

En 2022, les plus fortes croissances sont sur internet : les sites des marques, les sites spécialisés running et les sites des enseignes finissent l'année dans le vert.

Où avez-vous acheté votre dernière paire de chaussure ?



62% des coureurs intensifs ont acheté leur dernière chaussure sur Internet

Les lieux d'achat pour la chaussure

En 2022, les plus fortes croissances sont sur internet : les sites des marques, les sites spécialisés running et les sites des enseignes finissent l'année dans le vert.

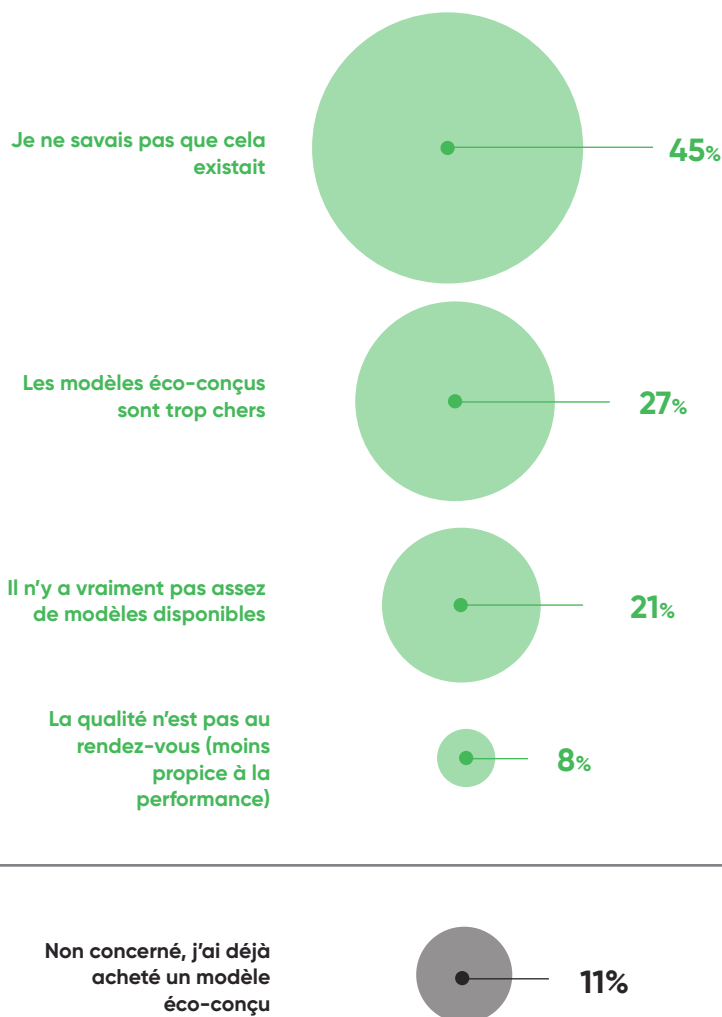
Où avez-vous acheté vos chaussures ?

	Moins de 10 km	Entre 10 et 20 km	Entre 20 et 30km	Plus de 30km	Moyen ne
IRUN	19%	17%	23%	24%	21%
Spécialiste Running	20%	21%	19%	17%	19%
Site interne des marques	8%	13%	14%	14%	13
Autres sites internet sports	5%	9%	10%	11%	9%
Decathlon	12%	8%	7%	4%	7%
Intersport	8%	6%	7%	5%	6%
Magasins de marques	7%	6%	4%	3%	5%
Alltricks	3%	4%	3%	5%	4%
Site internet des enseignes multisports	3%	3%	2%	2%	2%
Sites internet généralistes	3%	1%	2%	3%	2%
Site de revente/ d'occasion (Le Bon Coin / Vinted.)	5%	2%	2%	3%	2%
Autres site internet	2%	2%	1%	2%	2%
Go Sport		2%	2%	2%	2%
AMAZON	0%	1%	1%	1%	1%
Sport 2000		1%	1%	0%	1%
Sur les villages/salons des courses		0%		0%	0%
Auprès du club (si licencié)				0%	0%

L'engagement des marques est encore peu perçu

L'éco-conception, qui pourtant se développe, est encore largement méconnue : 45% des runners ne connaissent pas ce genre de produits (un chiffre qui monte à 52% chez les coureurs occasionnels et 54% chez les +55 ans). Conséquence logique de cette méconnaissance, seuls 11% des runners déclarent avoir déjà acheté des produits éco-conçus.

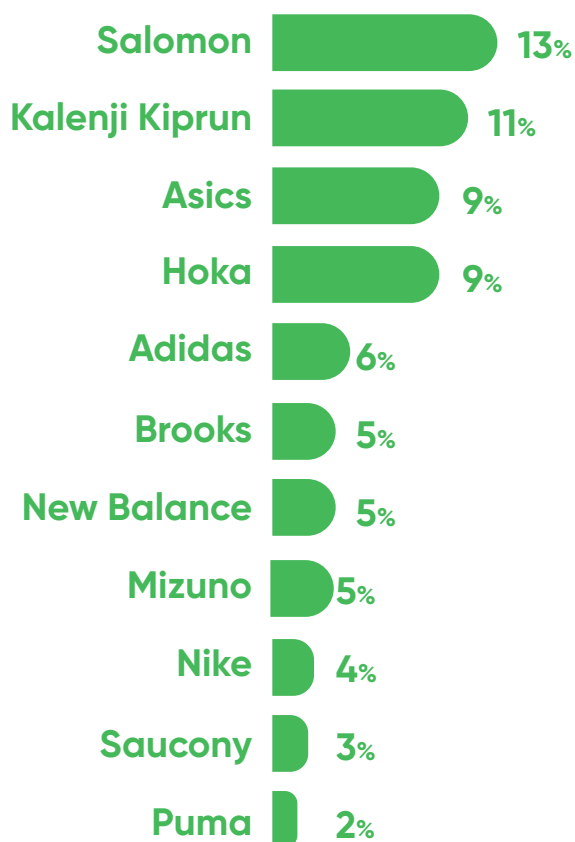
Pour quelles raisons n'avez-vous pas encore acheté des chaussures éco-conçues ?



La perception environnementale des marques

Quand vous pensez à la marque «adidas», quelle perception de sa politique environnementale avez-vous ?

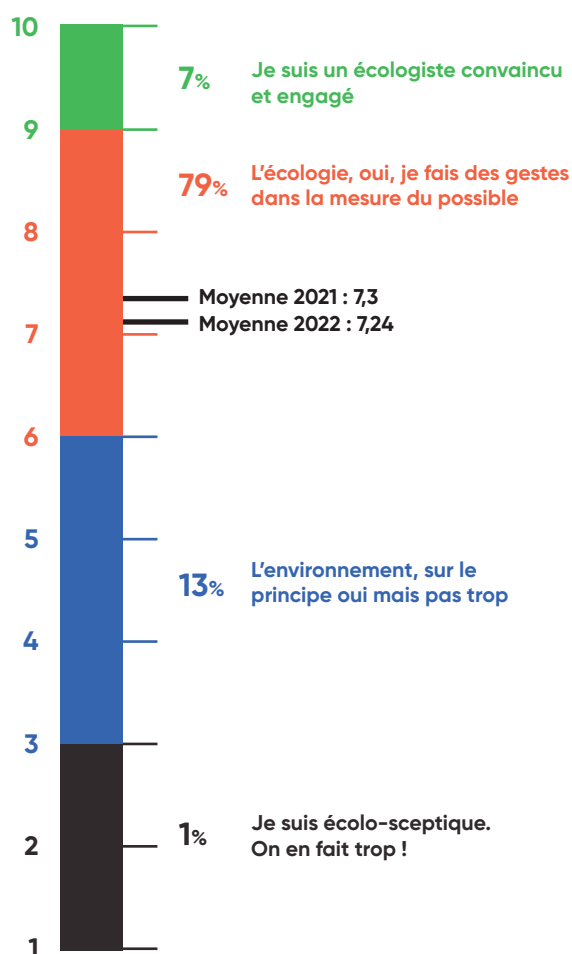
% des runners qui jugent la marque "engagée et écolo"



Une sensibilité écologique toujours aussi forte

Alors que les sujets environnementaux deviennent de plus en plus prégnants dans la société, la sensibilité environnementale des runners ne progresse pas : elle est stable depuis 4 ans (à un niveau assez élevé néanmoins). Cette sensibilité est partagée quelque soit l'âge, le genre, ou le niveau de pratique des runners.

Sur une note de 1 à 10, comment jugez-vous votre sensibilité à l'environnement ?

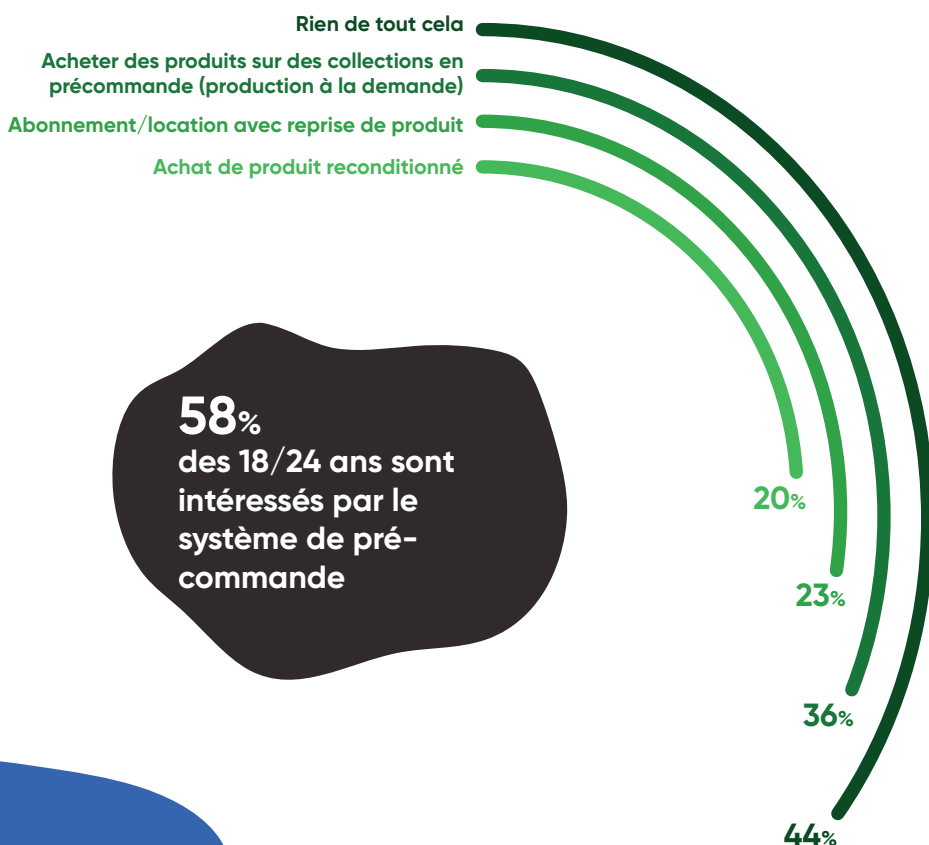


18% des runners déclarent faire à l'occasion, du plogging lors de leurs sorties

La précommande tire son épingle du jeu

Plus d'un runner sur deux se dit attiré par des nouveaux formats de consommation (c'est 8 points de moins que l'an dernier). Parmi eux, la pré-commande remporte le plus de succès, notamment auprès des 18/24 ans (50% d'entre eux sont intéressés)

Pour l'achat de vos chaussures, seriez-vous intéressé par des systèmes alternatifs à l'achat ?

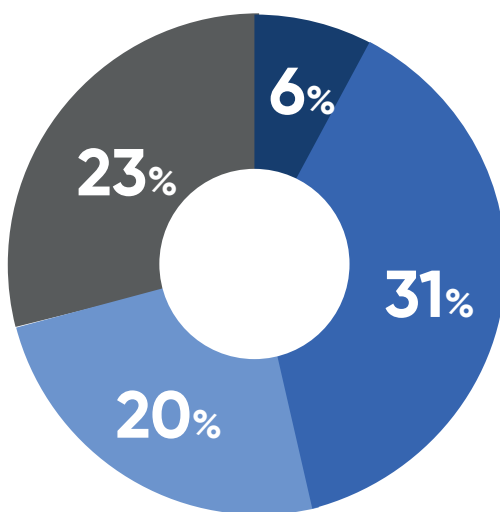


25% des 18/44 ans sont intéressés par l'achat de produit reconditionné

L'engagement des marques est encore peu perçu

Seuls 6% des runnereuses pensent que les marques de running sont en avance sur les problématiques environnementales. Par ailleurs, 23% des runners ne savent pas se positionner sur la question, preuve d'un réel déficit d'informations (voir également page suivante).

Comment jugez-vous l'engagement des marques de running sur les sujets de protection de l'environnement (éco-conception, durabilité,...)



- Très bonne, les marques de running avancent sur ces thématiques
- Moyenne, les efforts ne sont pas partagés pour tous/ne sont pas suffisants
- Insuffisante, il y a beaucoup de greenwashing
- Je ne sais pas, je ne m'y intéresse pas assez pour savoir

chap.4

Dans le sas des runners

Ce qu'il faut savoir

La prise de dossards et la participation aux courses ont particulièrement souffert durant la crise. Les 18/24 ans se sont particulièrement éloignés de la course en compétition : 53% d'entre eux nous déclarent avoir diminué leur participation à des courses par rapport à l'avant crise. Les organisateurs doivent donc jongler avec un double effet "ciseau" : l'effet pandémie, qui a démotivé une partie du peloton et l'effet inflation, qui grève le pouvoir d'achat de l'autre. Résultat, malgré une reprise en 2022, le niveau de participants à des courses reste de 15%* inférieur à l'avant crise.

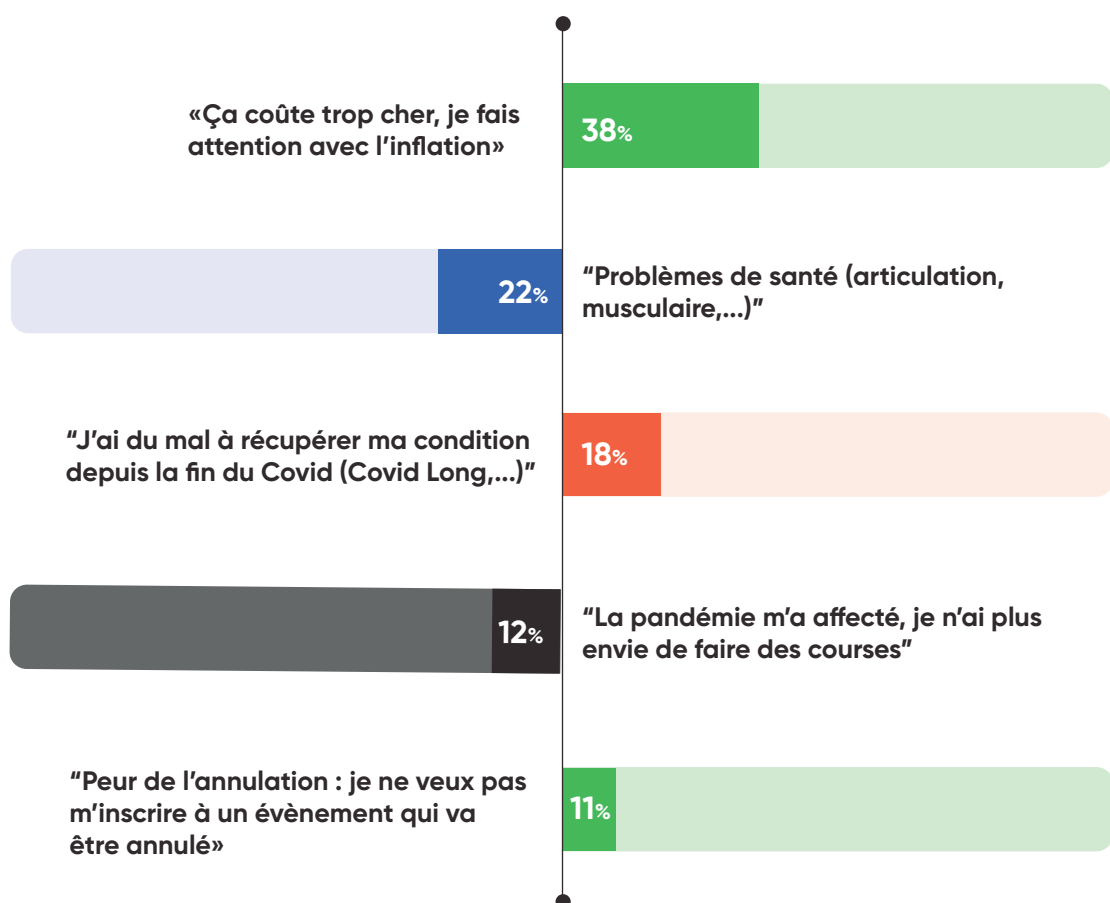
Les femmes ne peuvent pas (non plus) faire abstraction du prix. Parmi les femmes qui ne participent pas à des courses, elles sont 44% à imaginer l'avenir de leur pratique ailleurs que dans la prise de dossard. Pour les autres, des adaptations de formats ou d'organisations sont mises en avant. Mais pour elles, comme les hommes, le prix reste le principal frein à l'inscription des courses à l'heure actuelle.

Un espoir pour 2023 ? Malgré le poids de l'inflation, qui ne ralentit pas en ce début d'année 2023, 46% des runners déclarent vouloir participer à plus de courses en 2023. Voeux pieux ou véritable intention, les 18/24 ans sont les plus volontaires : 63% d'entre eux veulent participer à plus de courses que l'an dernier. Les semi-marathons, les 10km et les trails découverte constituent le podium des courses visées par les runners en 2023.

Le coût comme principal frein

La participation aux courses n'a pas encore retrouvé son niveau d'avant crise. Cette désaffection touche particulièrement les 18/24 ans : ils sont 53% à avoir diminué leur participation par rapport à l'avant pandémie. Aux raisons de santé (et de Covid long) s'ajoute désormais la problématique budgétaire, certains runners ayant réduit leur budget "dossards".

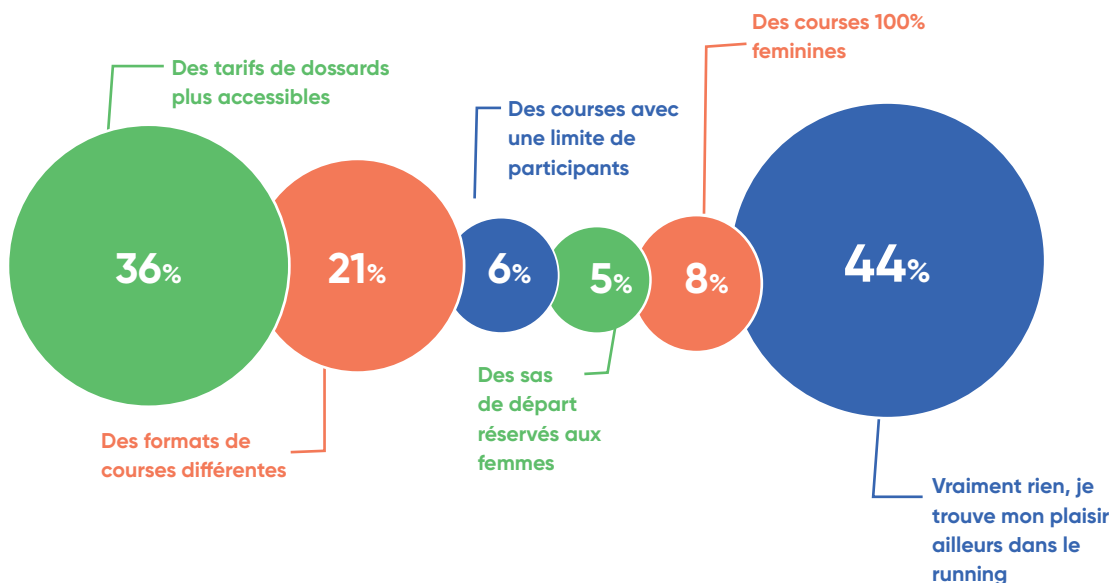
Pour quelles raisons avez-vous diminué votre participation à des courses ?



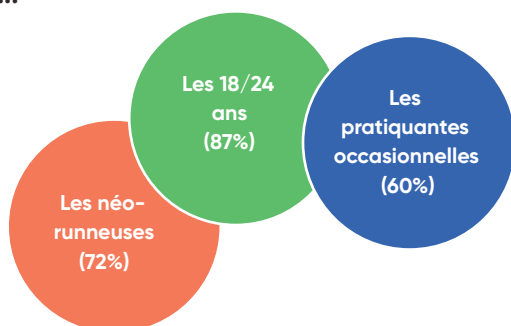
Les femmes et les courses

Près de la moitié des femmes qui ne participent pas à des courses ne sont tout simplement pas intéressées par ce format de pratique. L'autre moitié, plus ouverte à l'idée de mettre un dossard, exprime un fort intérêt pour des évolutions de formats ou d'organisation des courses.

A l'avenir, qu'est ce qui pourrait vous donner envie de participer à des courses ?



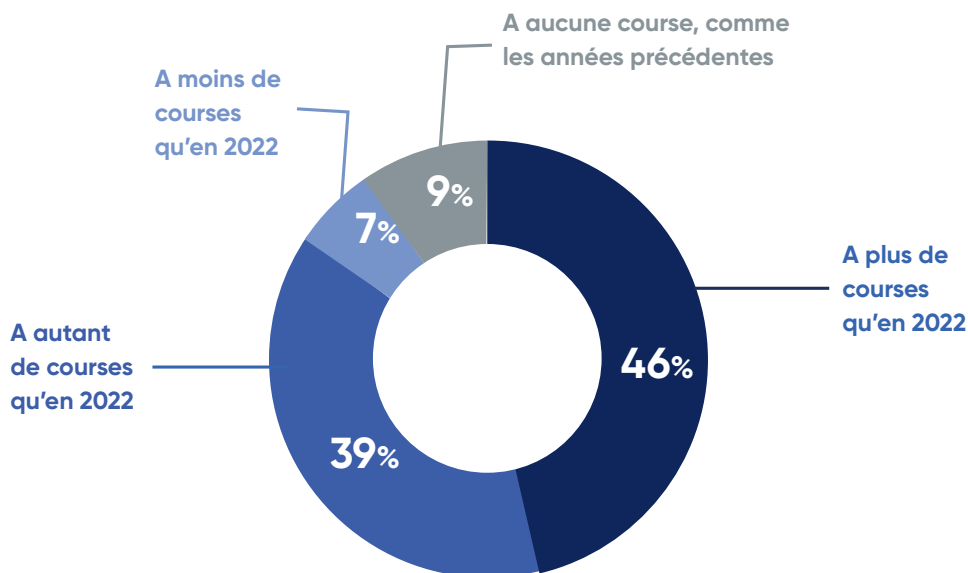
Des évolutions de formats et d'organisation, un souhait marqué chez...



De l'espoir pour 2023

46% des runner-euses déclarent vouloir participer à plus de courses que l'an passé. Alors qu'ils s'étaient éloignés des dossards ces dernières années (voir page 38), les 18/34 ans semblent vouloir renouer avec la pratique en compétition (63% chez les 18-24 ans et 54% chez les 25-34 ans). Un véritable paradoxe pour cette tranche d'âge, pourtant si sensible au prix et qui doit faire face à une inflation qui perdure...

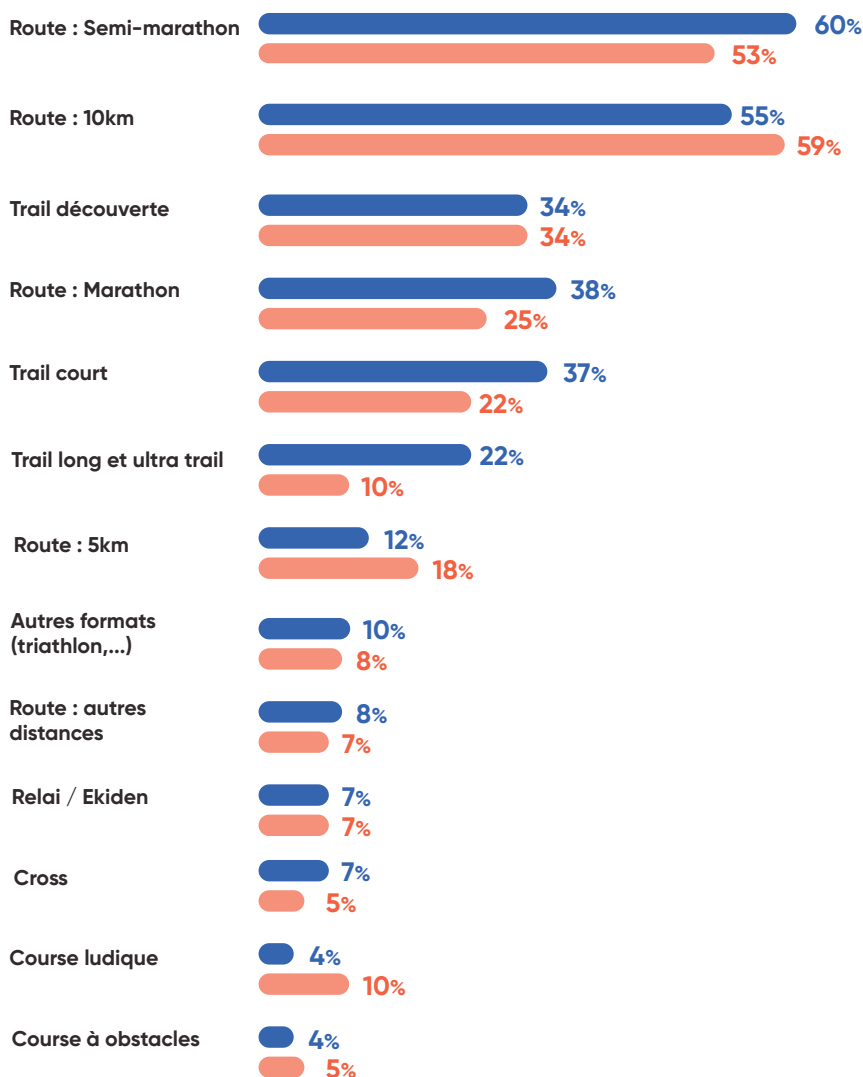
En 2023, vous allez participer :



63% des 18/24 ans déclarent vouloir pratiquer plus de courses en 2023

Des objectifs ambitieux pour 2023

Sur les courses aussi, trail et route sont complémentaires. L'appétence pour le trail progresse, mais les distances "phares" sur route restent des fondamentaux pour de nombreux runners. Le semi-marathon, le 10km, le trail découverte, le marathon et le trail court représentent le Top 5 des courses prévues par nos runner-euses sur 2023.



Conclusion

En 2022, les runners accélèrent.

Si l'année 2021 avait été marquée par un retour à la normale (ou presque) après la pandémie, l'année 2022 aura été celle de l'accélération. Séances plus fréquentes, augmentation du kilométrage... Les runners se sont adonnés pleinement à leur activité favorite au cours de l'année.

Les crises se succèdent, mais l'engouement autour du running ne faiblit pas !

L'année 2022 aura été la plus chaude jamais enregistrée en France selon Météo France. On se rappelle toutes et tous des 3 épisodes de canicule qui ont frappé le pays au courant de l'été... Mais il en faut plus pour démotiver les runners.

Ces derniers se sont adaptés et ont continué à courir :

- 10% (seulement) ont stoppé leur pratique durant les épisodes de canicule
- 70% ont préféré changer leurs horaires de pratique.

Une nouvelle fois, les runners ont su démontrer un attachement presque viscéral à leur pratique. Un attachement qui se traduit par une régularité de pratique quasi sans faille : 60% des runners courent à minima 9 mois sur 12 !

Hybridation et complémentarité, les maîtres mots de la pratique d'aujourd'hui

2022 est marquée par une hybridation croissante de la pratique du runner.

Il n'a pas une pratique exclusive du running. En plus du running, le runner pratique en moyenne 4,4 activités physiques.

Il multiplie les cadres de pratique. Le runner court en moyenne dans 3,5 lieux différents par an. En ville, en montagne ou à la campagne, les terrains de jeux ne manquent pas.

Il alterne les partenaires de pratique. On court en moyenne dans 2 configurations différentes par an. La pratique en groupe concerne 2/3 des runners.

Il varie les plaisirs entre le trail et la route. 69% des runners pratiquent à la fois sur route et en trail. La multipratique devient la norme.

Des perspectives contrastées pour 2023

L'inflation fait peser de sérieuses incertitudes sur 2023. Pour faire face à l'augmentation des prix, les runners vont devoir faire des choix de consommation. 60% d'entre eux déclarent vouloir réduire leurs dépenses running dans l'année qui vient, en cherchant davantage à acheter en promotion.

L'année du rebond pour les courses. Après deux années de vache maigre, l'année 2023 pourrait être celle du rebond pour la prise de dossards : 46% des runners déclarent vouloir participer à plus de courses qu'en 2022 !

De nouvelles attentes de consommation portées par les jeunes générations. Si tous les runners partagent une sensibilité environnementale quel que soit leurs âges, les jeunes générations montrent un intérêt beaucoup plus marqué que les seniors sur des nouveaux modes de consommation : 58% des 18/24 ans sont notamment intéressés par des collections en pré-commande.

La certitude de 2022 : deux aspirations immuables semblent animer le runner d'aujourd'hui... et de demain : la pratique outdoor et l'entretien du capital bien-être / santé

En 2022, la pratique en montagne / moyenne montagne a augmenté de 15%. Celle en forêt de 12%.

En 2022, 72% des runners ont fait de la randonnée.

En 2022, $\frac{3}{4}$ des runners courent pour leur bien-être ou en vertu de leur santé.

La réalisation de soi passe-t-elle par la pratique en pleine nature ? À en croire les résultats, le bonheur serait peut-être à la portée d'un simple lacet de basket et de quelques foulées...

Merci pour votre attention, et à l'année prochaine pour l'Observatoire du Running 2024 !



**Pour aller plus
loin**

ANNEXES

	distance/sortie (km)	age_moyen	dénivelé_moyen	Part de femmes (en %)
Apple	7,8	39,5	ND	30
Coros	10,7	39,5	148,4	17
Decathlon	8,4	44,2	104,6	36
Fitbit	7	39,5	56,5	64
Garmin	9,7	40,5	124,2	27
Google fit	4,5	40,7	ND	26
Huawei	8	41,1	ND	21
Movescount	11,8	44,3	205,9	12
Nike	8	40	54,4	36
Polar	9,5	40,2	140,6	25
Runkeeper	8,6	44,6	103,2	31
Runtastic	8,5	41,5	76,1	39
Sportheroes	10,3	41	ND	37
Suunto	10,8	40,8	231,9	16
Tomtom	8,7	44,9	90,7	31
Underarmour	8	43,4	ND	27
Withings	7,1	40,7	ND	37

