



— SPORTMED LEADER DEPUIS PLUS DE 40 ANS —



SPORT¹eco

Le journal des professionnels du commerce du sport

SPORTéco n° 788 | 18 octobre 2021

La santé, un levier de croissance pour le sport

Une marée rose

En France, environ trois millions de personnes souffrent ou ont déjà souffert d'un cancer. Alors que la crise sanitaire a marqué l'arrêt d'un grand nombre d'activités physiques, tous les experts rappellent l'importance pour les patients de reprendre une activité physique régulière et adaptée. Objectif : maintenir une santé optimale et minimiser les effets délétères du cancer et de ses traitements (fatigue, surpoids, stress, anxiété...). La pratique d'une activité physique de deux à trois heures par semaine d'intensité modérée est associée à une réduction de près de 40 % du risque de décès par cancer du sein. Nil besoin d'attendre d'être malade pour se mettre au sport. La crise sanitaire a démontré que le sport était une solution contre les problèmes de santé publique. Si plus d'un million de Français se sont mis au running, les études montrent hélas une baisse préoccupante de la pratique du sport chez les jeunes. Dans l'Allier et le Puy-de-Dôme, l'indice de masse corporelle (IMC) a augmenté de deux à trois points en moyenne chez les enfants de CE1 et CE2. A Mulhouse, 9 % des élèves qui entrent en 6^e souffrent d'obésité. Deux ans et demi après le lancement du sport sur ordonnance pour les adultes, le dispositif y est désormais ouvert aux 6-17 ans. Nous aussi, avons notre rôle à jouer dans ce combat.

Like That/Sportair

Gaylord Pedretti, fondateur et organisateur du High Five Festival depuis 2010, va quitter la direction de Like That et Sportair d'ici la fin de l'année.

Full Tilt : c'est fini

K2 Sports annonce son intention d'intégrer la collection de chaussures Full Tilt dans la gamme de produits K2. La saison d'hiver 2021-22 sera la dernière de la marque puisque la décision sera effective pour l'hiver 2022-23.





BRÈVES

GP

Sandrine Isambard, Sales & Market Manager GP Consumer France, chez GPBM présente l'offre éclairage de la marque spécialiste des batteries depuis plus de cinquante ans. "Nos produits sont fabriqués et développés dans nos quatorze usines en Asie. Dans un souci environnemental, les piles doivent être légères, rechargeables et sûres. Nous développons nos produits afin de répondre à des besoins différents : étanchéité, détecteur de mouvement, différents modes de luminosité, vision nocturne, mode SOS. Notre dernière lampe frontale GP XPLOR est rechargeable. Elle se décline en deux



modèles : la PHR 16 (seulement 44 grammes pour 300 lumens, pile polymère incorporée jusqu'à 45 heures d'autonomie, quatre intensités différentes, 49,90 euros TTC), idéale pour la course en milieu urbain, et la PHR 17 (500 lumens, 60 grammes, éclairage jusqu'à 85 mètres, 100 heures d'autonomie, 59,90 euros TTC), conçue pour la pleine nature. Nos clients vendent à la fois en magasin et en ligne. Cependant, nous constatons une meilleure conversion dans les magasins de sport outdoor, car nos produits y bénéficient de plus d'espace, ce qui permet de guider l'utilisateur vers le bon choix et d'essayer la frontale. La marque dispose aussi d'outils merchandising permettant d'orienter l'utilisateur vers le produit adapté à ses besoins, ainsi que de différents types de présentoirs pour des campagnes ludiques".



Le marché de la frontale à l'ère post-covid

Revenir dans la lumière

Si l'engouement pour le running ne se dément pas, en sachant que courir la nuit est devenu une tendance de fond, le marché des lampes frontales a néanmoins connu un coup d'arrêt ces derniers mois. Pour briller de nouveau après "l'éclipse" Covid, il compte sur une offre particulièrement large qui fait la part belle aux modèles rechargeables, de plus en plus puissants, légers et techniques. Par Baptiste Blanchet

Confinements puis couvre-feux, magasins fermés, courses annulées : durant la période Covid, les lampes frontales ont connu une petite éclipse. Rien d'inquiétant cependant, puisque "la tendance outdoor déclenchée par le virus a aussi fortement contribué à l'essor des ventes", note Sandrine Isambard, Sales & Market Manager GP Consumer - France, chez GPBM. "Désormais, tout le monde veut être dehors, même en hiver et par un temps plus froid et désagréable". Depuis plusieurs années, ce marché attire de nombreux acteurs souhaitant associer leur nom aux valeurs du sport et du trail. D'autant que l'attrait pour la course au sens large ne se dément pas avec 13,6 millions de pratiquants. Et l'emploi du temps surchargé de certains cadres ou salariés les oblige à courir tôt le matin ou tard le soir, s'ils veulent maintenir une régularité dans la pratique. "Courir la nuit n'est plus une aberration dans la

mesure où il existe des lampes de qualité, ce qui implique moins de danger. Il s'agit même d'une tendance de fond", souligne Magali Chevallier-Guillet, chef de marché Sport France chez Petzl, l'un des leaders du secteur. "Le marché se tasse un peu au niveau de la lumière, sans doute parce que les utilisateurs n'ont jamais été aussi bien équipés", tempère Thiébaud Kempf, responsable commercial France de Black Diamond.

Des frontales intelligentes et rechargeables

Logiquement, les ventes sont marquées par une forte saisonnalité. "Nous constatons un fort effet saisonnier, la haute saison se situant entre octobre, janvier et février. De façon générale, les consommateurs engagent de plus gros budgets pour leur équipement de plein air, en privilégiant des matériaux plus solides et de meilleures qualités afin de les utiliser plus longtemps",

estime Sandrine Isambard. "La saison débute en été. Les runners commencent à s'équiper pour les entraînements tôt le matin ou tard le soir afin d'éviter les chaleurs. Puis les ventes s'accroissent début septembre avec les journées qui raccourcissent", complète Aurélie Gil Dos Santos, Chief Marketing Officer chez Spanninga. Si les prix varient fortement, ils ne constituent pas le critère unique d'achat. La puissance, l'autonomie et le poids, puis la distance du faisceau font la différence. Evolution technologique oblige, certaines frontales "intelligentes" adaptent l'intensité lumineuse comme l'angle du faisceau, à l'environnement. Pour des runners aguerris, des capteurs infrarouges permettent un éclairage plus précis afin de mieux repérer d'éventuels obstacles, tandis que certains modèles résistent à la pluie et à la neige. Enfin, si de nombreuses lampes brillent par leur polyvalence (elles peuvent être utilisées en frontales, à la main ou même autour de la taille), l'heure est clairement au rechargeable, via une batterie, mais aussi par le biais de piles, beaucoup plus écologiques. (bb) •