

# Première enquête socio-économique sur le trail



**Etude menée par le groupe TTT (Think Tank Trail) composée de:  
Bruno CHEVALLET, Consultant en économie, Julien CHORIER, Traileur,  
Thierry SUCHET, mécène dans le trail et Anne VALERO, traileuse.**

Enquête menée du 1er Juin 2013 au 30 Septembre 2013 auprès de 5000 traileurs amateurs et compétiteurs. Résultats qualifiés de 2003 traileurs. Les résultats restent la propriété du groupe TTT et ne peuvent être réutilisés qu'après autorisation d'un des membres du groupe.



## La volonté de contribuer au développement d'un éco-système autour du trail

*De nombreuses études ont eu trait à la pratique du trail, mais quand nous nous retrouvions pour parler du modèle économique autour du trail, bien peu d'études, voire même aucune, n'avait abordé ce sujet. Or, aujourd'hui, sans un équilibre économique pour financer la pratique du trail en compétition, il n'est guère possible de pouvoir se consacrer pleinement à ce sport.*

*Cette étude quantitative, enrichie d'une étude qualitative lors de l'UTMB 2013 nous apporte des éléments concrets sur la réalité socio-économique de ce sport. Il est intéressant de voir qu'il y a non seulement une économie autour du trail, mais surtout des valeurs, autant d'éléments qui peuvent convaincre des partenaires économiques d'accompagner des compétiteurs et des clubs de trail. La plus-value sociétale générée par les valeurs et l'image du trail n'était guère quantifiable. Nombre de partenaires potentiels ne savaient comment valoriser au mieux un partenariat avec un compétiteur ou une compétiteuse.*

*La complémentarité de nos parcours et expériences nous a permis de lancer cette première étude, qui est riche d'enseignements mais qui n'est pas une fin en soi. Présentée lors de la 60e édition de la SaintÉLyon, débattue en Janvier au sein d'ASO à Paris, cette étude est le début d'un travail que nous lançons avec toutes celles et ceux qui voudront nous rejoindre dans notre Think Tank Trail TTT. Ainsi humblement, nous apportons notre contribution. Vive le trail!*

**Bruno CHEVALLET**

Directeur groupe  
de Presse Economique

**Julien CHORIER**

Traileur

**Thierry SUCHET**

Partenaire de traileurs

**Anne VALERO**

Traileuse

**1**

# Profil des sondés

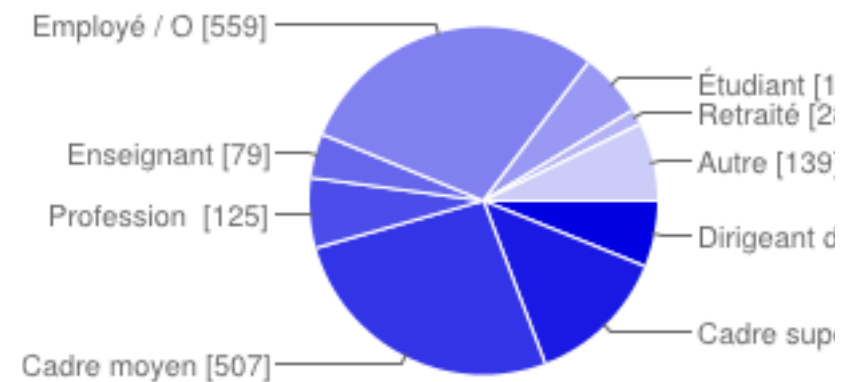
2003 réponses qualifiées sur 2589 réponses

Seuls les questionnaires complets ont été pris en compte pour le rendu de l'étude

Parmi les réponses, le panel interrogé représente 85% d'hommes et 15% de femmes .

82% des traileurs ayant répondu ont entre 25 et 49 ans, et 77 % vivent en couple

51% sont CSP +  
(dirigeants, cadres supérieur et moyen, professions libérales)



22% ont des revenus annuels supérieurs à 50 K€

37% ont des revenus annuels compris entre 30 et 50 K€

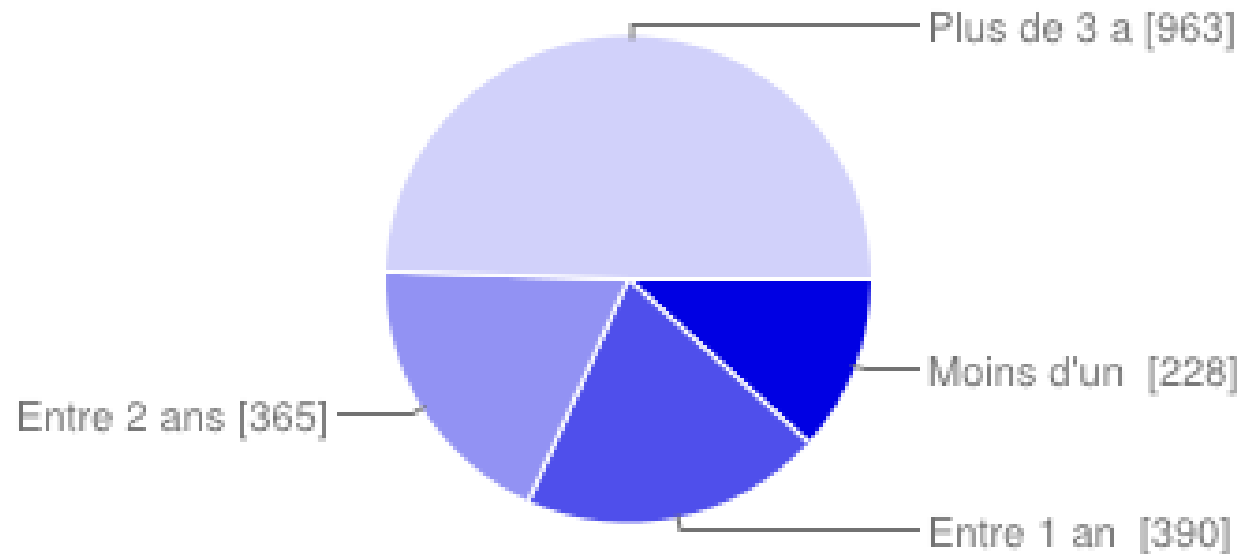
# Depuis combien d'années nos sondés pratiquent le trail

Moins d'un an 228 **12 %**

Entre 1 an et 2 ans 390 **20 %**

Entre 2 ans et 3 ans 365 **19 %**

Plus de 3 ans 963 **49 %**

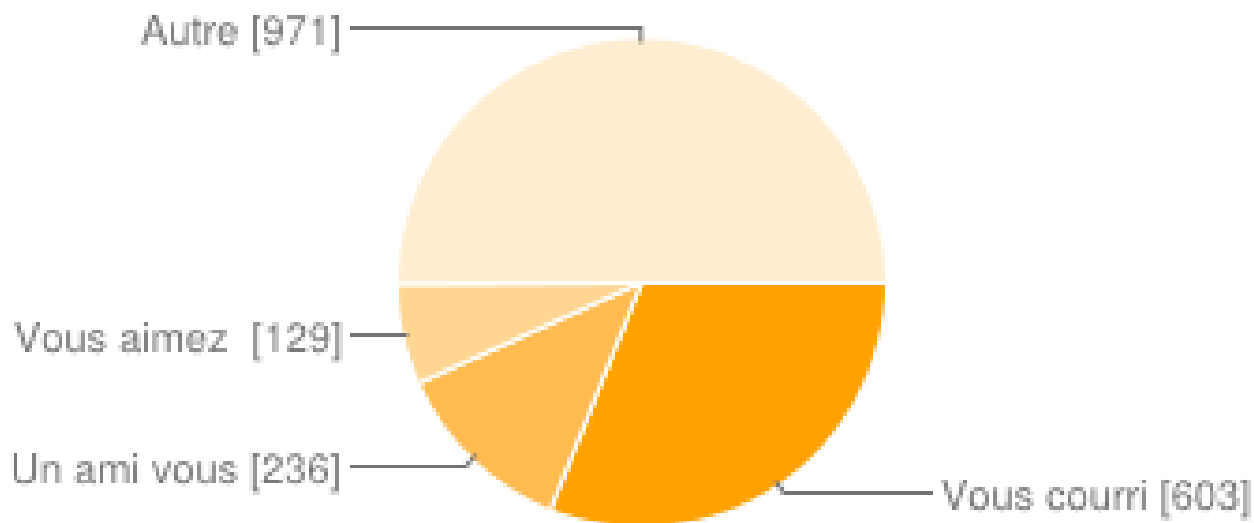


*«Notre panel comprend près de la moitié de trailers qui pratiquent le trail depuis plus de trois ans, ce qui permet de mieux appréhender les comportements de traileurs avérés, les débutants pratiquant le trail depuis moins d'un an ne représentant que 12% du panel.»*



# Les raisons qui amènent à pratiquer le trail

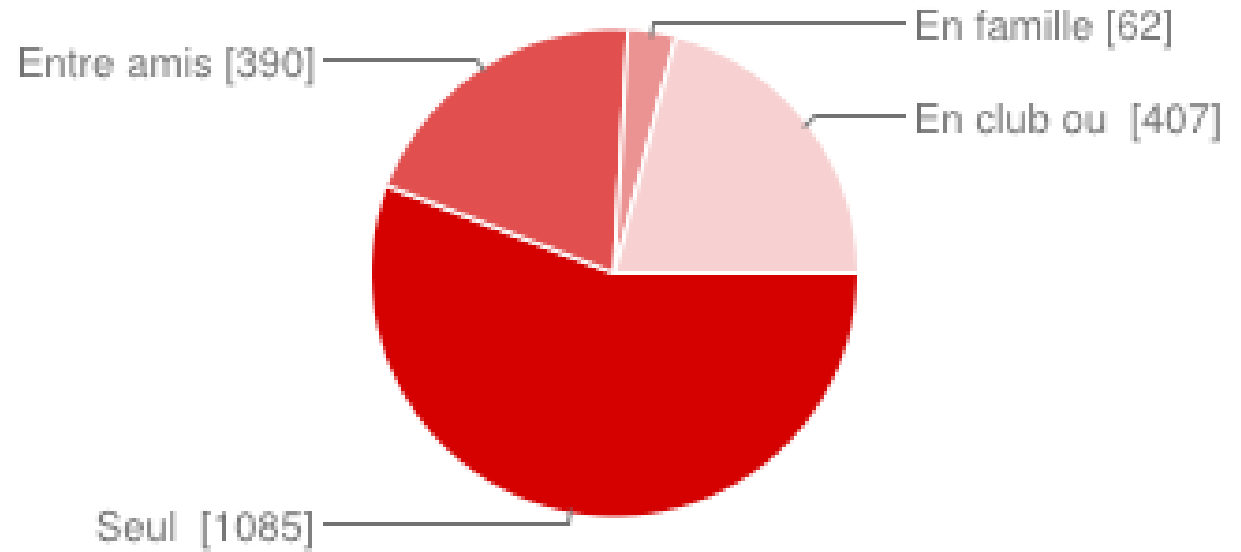
Vous couriez déjà	603	31 %
Un ami vous l'a fait découvrir	236	12 %
Vous aimez la nature	129	7 %
Autre	971	50 %



*«Parmi les 50% qui ont motivé les raisons qui les ont amené au trail, on constate que ce sont pour la majorité des personnes qui pratiquaient déjà de la course sur route, et on note que la communauté de trail fait son chemin, puisque un quart de ces traileurs est venu à sa pratique par un ami.»*

# Les modes d'entraînement :

Seul	1085	56 %
Entre amis	390	20 %
En famille	62	3 %
En club ou en association	407	21 %



*« Plus de la moitié des sondés reconnaissent un entraînement solitaire qui correspond à une organisation personnelle de sa préparation, mais on constate que près de 40% s'entraînent en groupe soit dans un club soit entre amis. »*



# Les autres sports pratiqués par les traileurs

De la course à pied 1198 30 %



Du triathlon 142 4 %



Du vélo 1130 28 %



De la natation 372 9 %



Un sport collectif 156 4 %

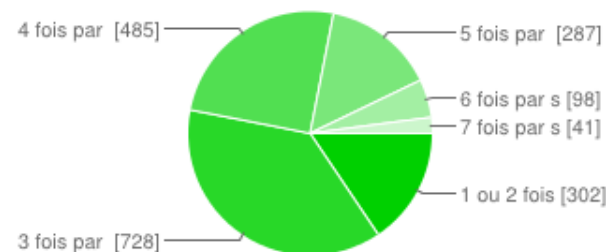


Autre 992 25 %

*«Les traileurs dans une forte majorité pratiquent la course à pied et le vélo.»*

## Le nombre d'entraînements par semaine

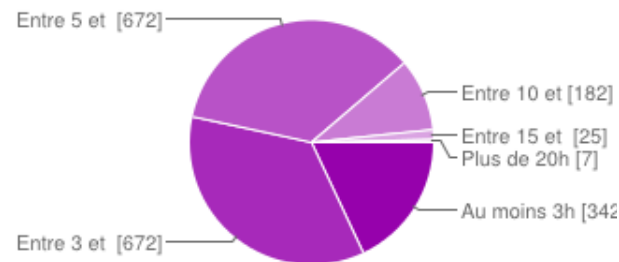
1 ou 2 fois par semaine	302	16 %
3 fois par semaine	728	38 %
4 fois par semaine	485	25 %
5 fois par semaine	287	15 %
6 fois par semaine	98	5 %
7 fois par semaine	41	2 %



*«Il est constaté l'investissement conséquent des traileurs dans leur entraînement, plus de 47 % des sondés disent s'entraîner plus de 4 fois par semaine.»*

## L'intensité hebdomadaire des entraînements

Au moins 3h	342	18 %
Entre 3 et 5h	672	35 %
Entre 5 et 10h	672	35 %
Entre 10 et 15h	182	10 %
Entre 15 et 20h	25	1 %
Plus de 20h	7	0,3 %



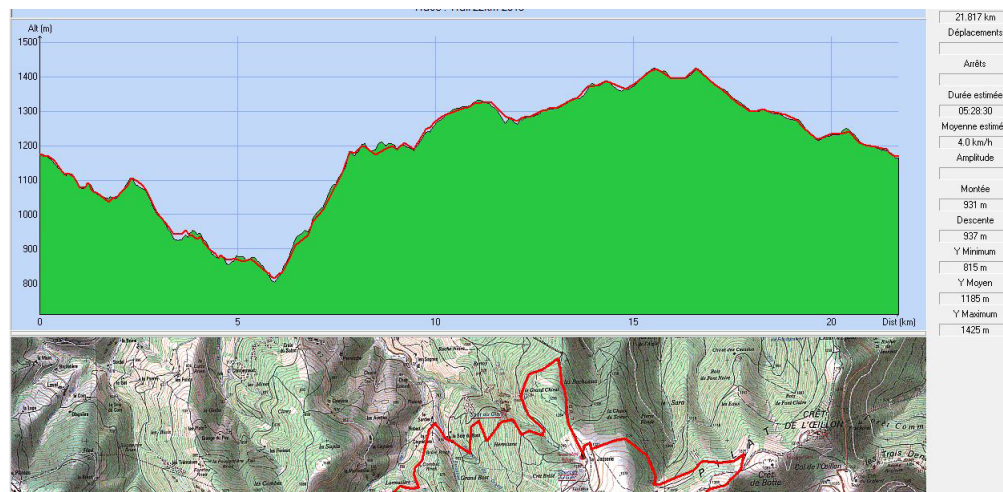
*Cela conforte le travail de fond que s'impose les traileurs, d'autant que l'intensité de ces entraînements se situent pour 70% d'entre eux entre 3 et 10h.»*





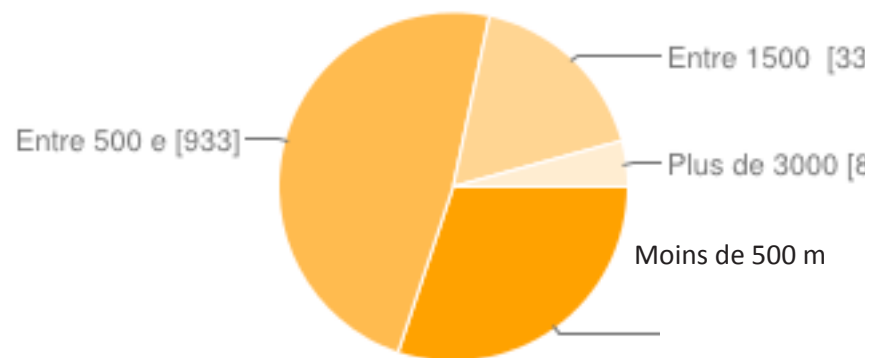
# Distance parcourue en moyenne par semaine

Moins de 20 kms	162	<b>8 %</b>
Entre 20 et 40 kms	755	<b>39 %</b>
Entre 40 et 60 kms	646	<b>33 %</b>
Entre 60 et 80 kms	259	<b>13 %</b>
Entre 80 et 100 kms	89	<b>5 %</b>
Plus de 100 kms	31	<b>2 %</b>



# Dénivelé gravi en moyenne par semaine

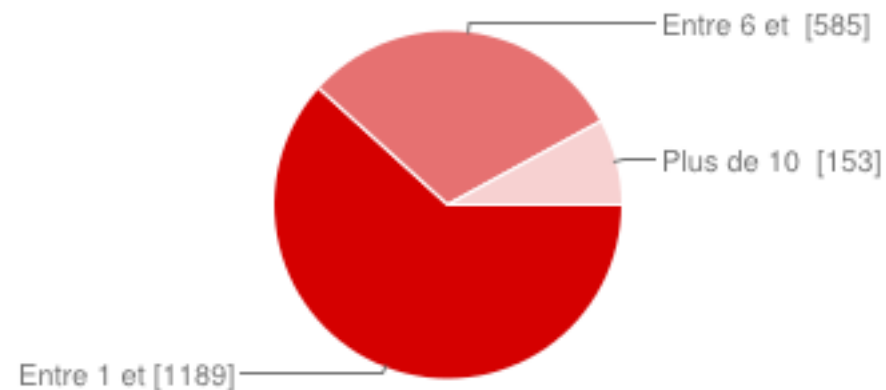
Moins de 500 m	583	<b>30 %</b>
Entre 500 et 1500 m	933	<b>48 %</b>
Entre 1500 et 3000 m	338	<b>17 %</b>
Plus de 3000 m	82	<b>4 %</b>



*«Les distances parcourues et les dénivelés gravis par semaine confortent là aussi l'intensité des entraînements avec plus de 33% qui courent entre 40 et 60 km et près de la moitié qui réalise en 500 et 1500 m de dénivelé.»*

# Nombre de courses de trail par an

Entre 1 et 5 trails	1189	62 %
Entre 6 et 10 trails	585	30 %
Plus de 10 trails	153	8 %



## Les trails les plus importants courus ces 3 dernières années

N°1: UTMB



N°2: Les Templiers



N°3: SaintÉlyon

N°4: Ecotrail de Paris



N°5: la 6000D

# Les principaux espaces de trails

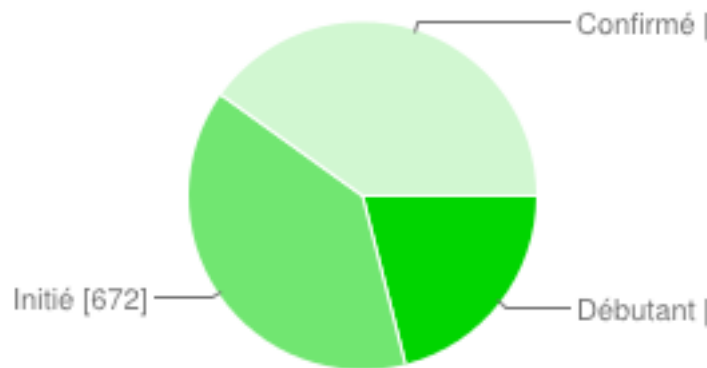
Moyenne montagne (altitude inférieure à 2500m)	1468	<b>42 %</b>
Haute montagne (altitude supérieure à 2500m)	390	<b>11 %</b>
Littoral	263	<b>8 %</b>
Campagne	784	<b>22 %</b>
Trail nocturne	361	<b>10 %</b>
Trail urbain	200	<b>6 %</b>
Autres	31	<b>1 %</b>

*«La moyenne montagne reste le terrain de prédilection des traileurs, devant la campagne»*



## Profil des traileurs

Débutant	364	<b>21 %</b>
Initié	672	<b>39 %</b>
Confirmé	694	<b>40 %</b>



## Budget annuel moyen de compétition trail (frais d'inscription; déplacements/transports)

Moins de 500 euros	1036	<b>54 %</b>
Entre 500 et 1000 euros	566	<b>29 %</b>
Entre 1000 et 1500 euros	181	<b>9 %</b>
Entre 1500 et 2000 euros	93	<b>5 %</b>
Entre 2000 et 2500 euros	21	<b>1 %</b>
Plus de 2500 euros	25	<b>1 %</b>



## Budget annuel moyen d'équipement

Moins de 500 euros	1107	<b>57 %</b>
Entre 500 et 1000 euros	626	<b>32 %</b>
Entre 1000 et 1500 euros	137	<b>7 %</b>
Entre 1500 et 2000 euros	38	<b>2 %</b>
Entre 2000 et 2500 euros	12	<b>1 %</b>
Plus de 2500 euros	13	<b>1 %</b>

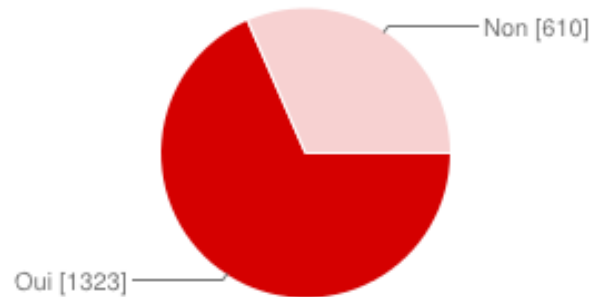
## Palmares des marques

N°1:	SALOMON
N°2	ASICS
N°3	QUECHUA
	RAIDLIGHT
N°5	NORTH FACE
	ADIDAS

*«Plus de la moitié des traileurs consacrent environ 1000€ par an pour leur équipement et leurs participations à des trails.»*

# La prise en compte de conseils diététiques ou nutritionnels

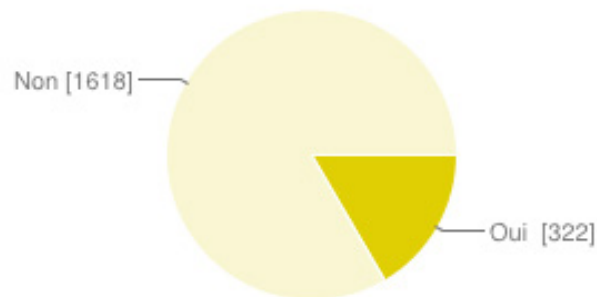
Oui	1323	<b>68 %</b>
Non	610	<b>32 %</b>



*« L'importance donnée aux conseils diététiques est nette, par contre les trailers n'ont pas du tout intégré la nécessité du suivi avec un coach »*

## Appui d'un coach sportif

Oui	322	<b>7 %</b>
Non	1618	<b>83 %</b>

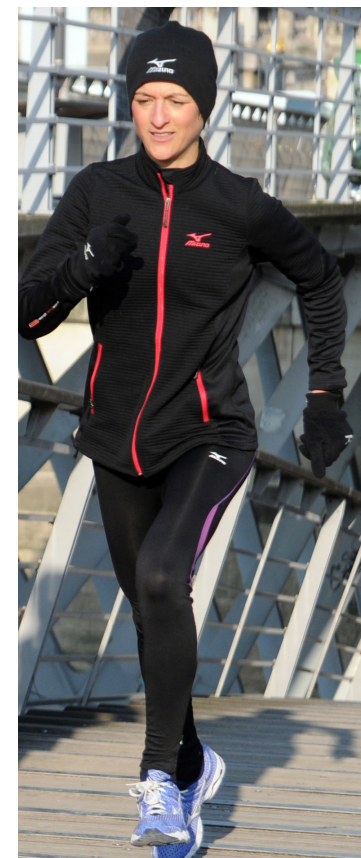
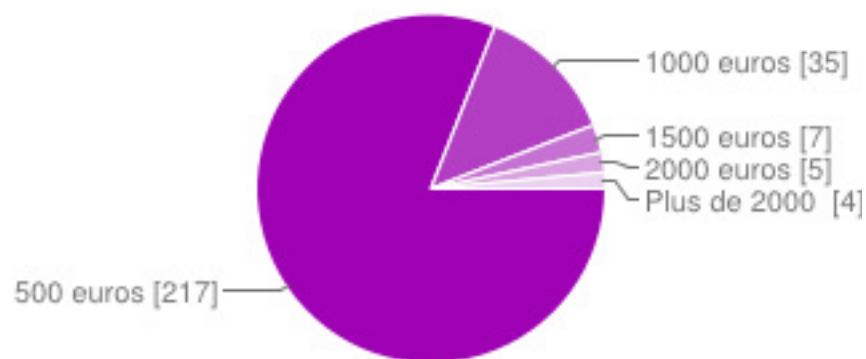


# Les attentes vis à vis d'un coach

Des conseils en préparation physique	308	<b>43 %</b>
Des conseils et autres soutiens psychologiques	136	<b>19 %</b>
Des stratégies de courses	117	<b>16 %</b>
Des conseils diététiques ou nutritionnels	140	<b>20 %</b>
Autres	10	<b>1 %</b>

# Le budget annuel moyen prêt à être consacré pour les services d'un coach

500 euros	217	<b>81 %</b>
1000 euros	35	<b>13 %</b>
1500 euros	7	<b>3 %</b>
2000 euros	5	<b>2 %</b>
Plus de 2000 euros	4	<b>1 %</b>



*«Les attentes vis à vis d'un coach se situe clairement dans l'accompagnement de sa préparation physique, puis dans une moindre mesure dans les conseils nutritionnels et dans des conseils et soutiens, le budget consacré restant faible (500€ annuel).»*

# Les principales motivations pour réaliser un trail

Pour la découverte d'espaces naturels et autres paysages	1517	17 %
Pour le dépassement de soi	1347	15 %
Pour l'ambiance, la convivialité	1132	13 %
Pour le défi, le challenge	1029	11 %
Pour la performance physique, sportive et technique	888	10 %
Pour les émotions	834	9 %
Pour le sentiment de bien-être	781	9 %
Pour l'estime de soi	532	6 %
Pour la compétition	408	5 %
Pour la difficulté	466	5 %
Autres	28	0 %



# Les qualités nécessaires pour exceller dans ce sport

Le mental	1693	27 %
L'endurance	1500	24 %
L'envie, la volonté	971	15 %
L'esprit trail (convivialité)	595	9 %
La polyvalence musculaire	462	7 %
Autres	1052	17 %

*«La qualité de l'environnement et le dépassement de soi sont les moteurs de ce sport, qui demande un fort mental et de l'endurance.»*

# Les valeurs que véhiculent le trail

L'harmonie avec la nature	1168	21 %
Le respect de l'homme et de la nature	1129	21 %
L'adaptation aux conditions naturelles	980	18 %
Le partage et la solidarité	880	16 %
Les grands espaces	849	15 %
L'équité	168	3 %
La tranquillité	292	5 %
Autres	39	1 %

*«Les valeurs  
que véhicule le trail  
sont proches de la nature  
et de l'harmonie du traileur  
dans un environnement  
exceptionnel*

*Il est indéniable que  
ces valeurs sont synonymes  
de plus value sociétales  
pour les entreprises  
qui accompagnent  
les traileurs»*







*«Merci à tous les traileurs et traileuses qui ont répondu à l'étude. Merci à David Bouvier Insec Alpes Savoie et aux étudiants pour l'enquête qualitative.»*

*Rejoignez nous au sein de notre Think Tank trail TTT en nous envoyant vos coordonnées et vos thèmes de réflexion sur notre mail*

**MERCI**

*Anne, Thierry, Bruno, Julien*

**thinktanktrail.ttt@gmail.com**

