

Etude Escalade

Février 2016

Objectif et méthodologie

1. La pratique de l'escalade des licenciés

Qui sont-ils ?

Comment pratiquent-ils ?

Quelles sont les valeurs des pratiquants ?

Où pratiquent-ils ?

2. Modes et habitudes de consommation



Décrypter et analyser les comportements de pratique et les modes et **habitudes de consommation** des licenciés de la fédération française de la montagne et d'escalade .



2926 individus de tout âge.
Echantillon **représentatif** des licenciés d'escalade en France (sexe, catégories d'âge, répartition géographique).

Cette étude est complétée par quelques données issues de **l'enquête TNS réalisée pour le compte de la DGE et le Ministère des Sports** (2024 personnes interrogées)

Etude administrée du **25 janvier au 02 février 2016**



La pratique de l'escalade en plein essor



Total pratiquant en France

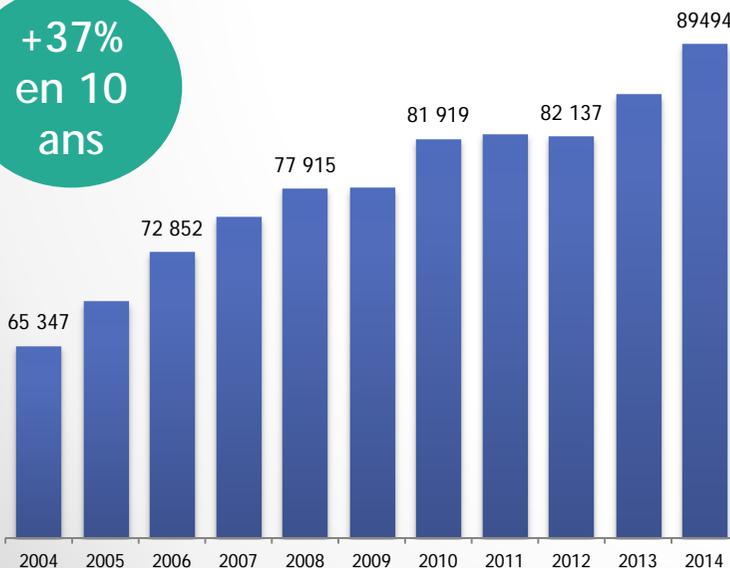
1 000 000

Estimation du nombre de personnes déclarant avoir pratiqué de l'escalade au - 1 fois dans les 12 derniers mois

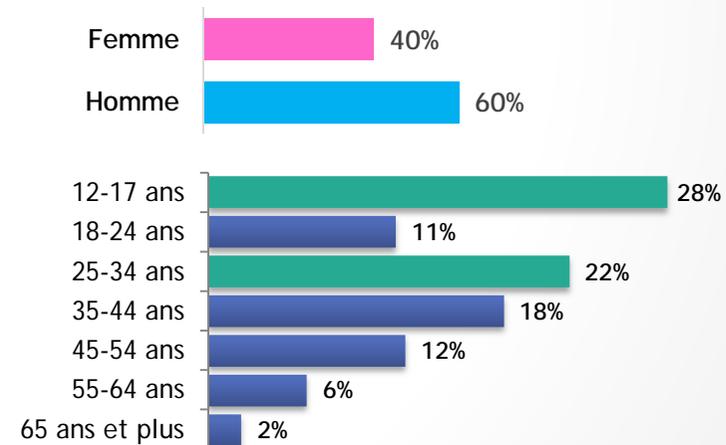
Source : Observatoire du Sport FPS/IPOS 2012- Etude BVA -FIFAS 2014

Une pratique licenciée qui augmente

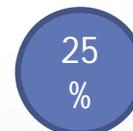
Evolution des licenciés FFME



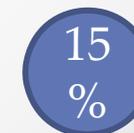
Sport scolaire par excellence, plébiscitée par les jeunes et les CSP+



Rhône-Alpes



Ile-de-France

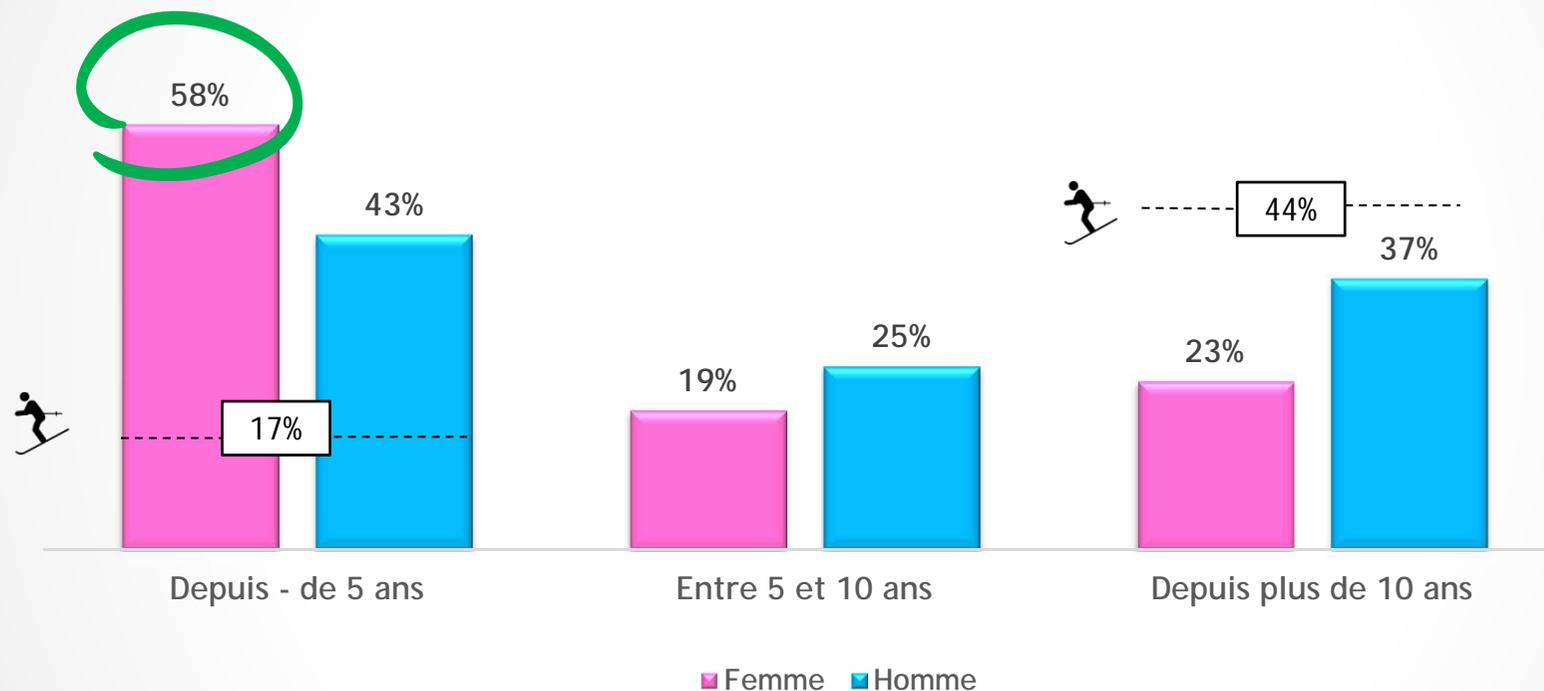


58% des nouveaux pratiquants sont des femmes !



Ancienneté de la pratique

Q. Depuis combien de temps pratiquez-vous l'escalade ?



L'essor de la pratique se traduit par un fort taux de nouveaux licenciés : 50% d'entre eux déclarent pratiquer depuis – de 5 ans. Ce mouvement s'accompagne d'une **forte féminisation** : 58% de femmes pratiquent l'escalade depuis moins de 5 ans (contre seulement 43% d'hommes).

Le dépassement de soi (50%), le plaisir (41%) et la convivialité (41%) plébiscités par les pratiquants



Valeurs associées à la pratique de l'escalade

Dépassement de soi

Nature

Plaisir

Convivialité

Liberté

Passion

Effort

Détente

Humilité

Esprit de partage

Dépaysement

Découverte

Santé

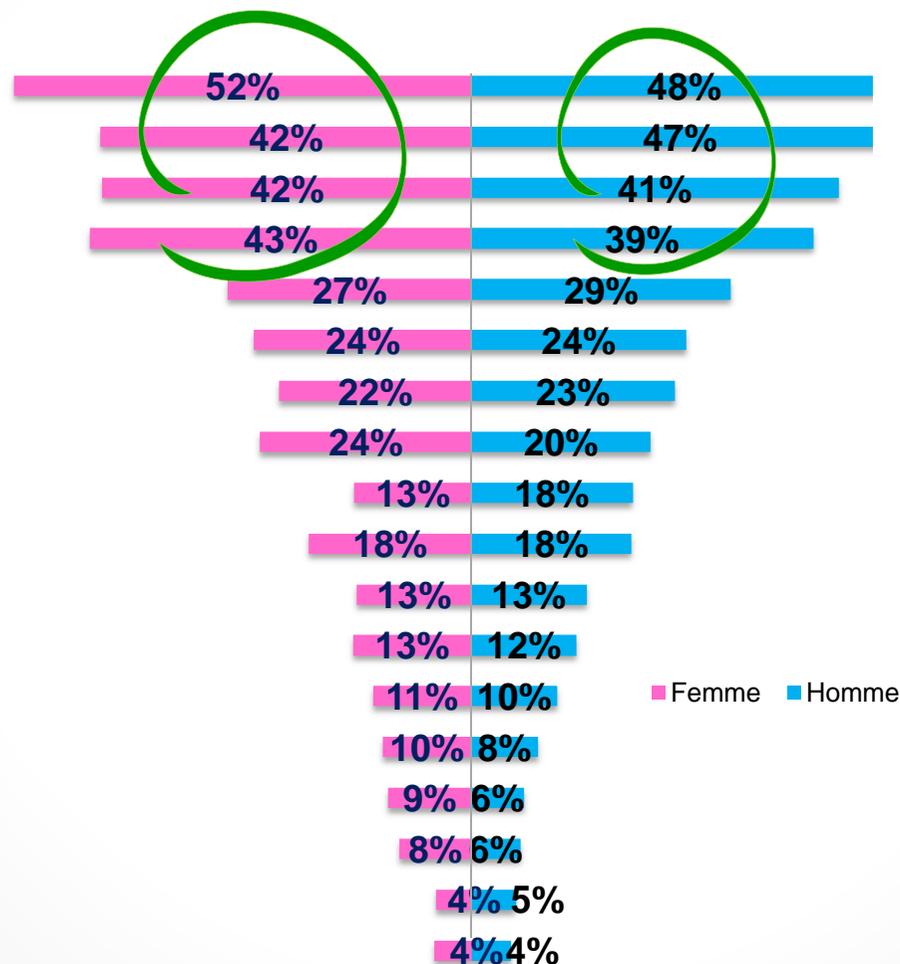
Communauté

Vitalité

Lien sociale

Compétition

Force



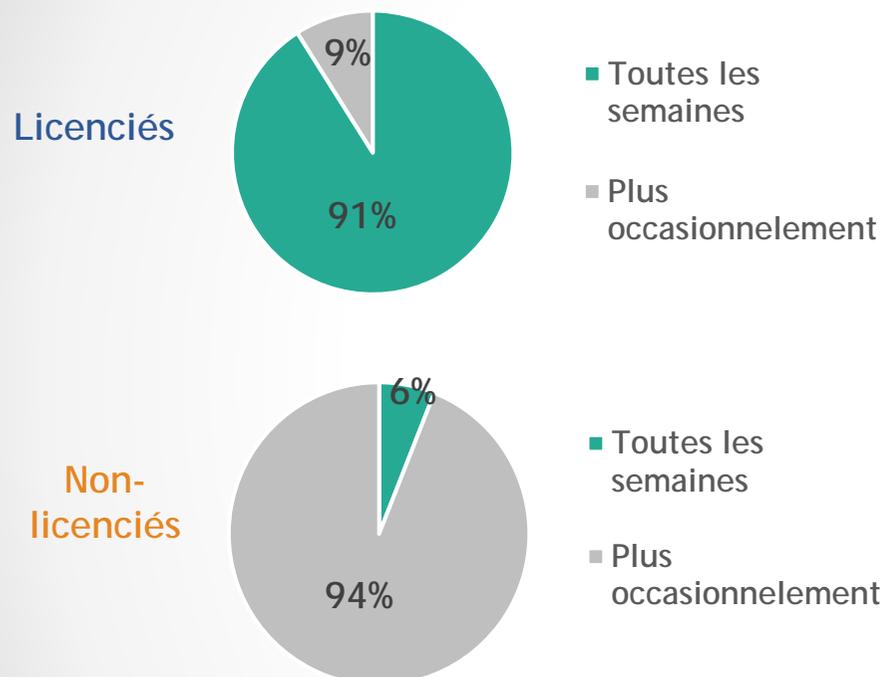
Les valeurs de **dépassement de soi** et la **recherche de la nature** trustent les premières marches du podium.

Les notions de **plaisir** et de **convivialité** viennent arriver juste derrière, sans véritable distinction de perception entre les hommes et les femmes.

La compétition, la souffrance, ou le culte du corps ferment la marche.

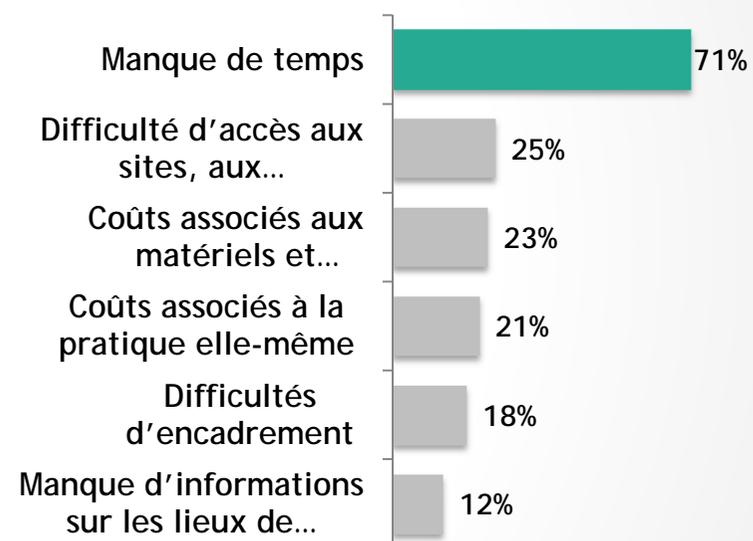
Les licenciés, des mordus qui pratiquent toutes les semaines pour 90% d'entre eux !

La fréquence de pratique chez les licenciés vs non licenciés



Seul le temps empêche les licenciés de pratiquer plus !

Q. Quels sont les limites/freins à la pratique de cette activité ?



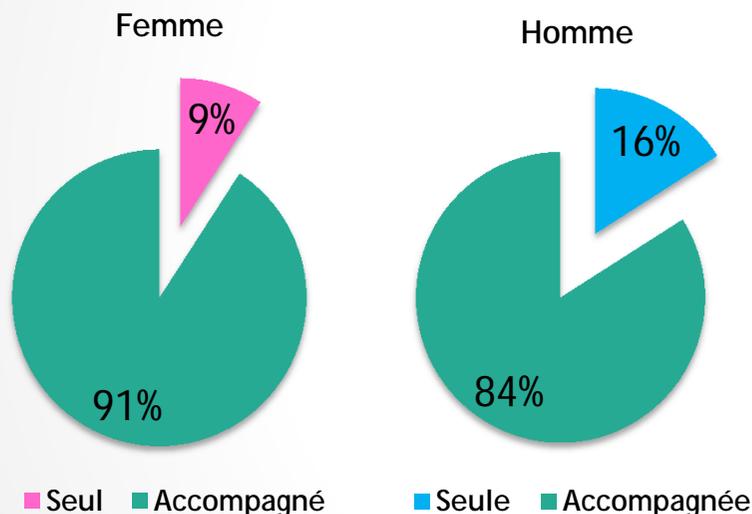
Il existe une vraie dichotomie entre la pratique **des licenciés** et celles du **reste des pratiquants**.

- Chez les licenciés, la grimpe est **très régulière** (91% d'entre eux pratiquent 1 fois par semaine ou plus). Seul le **manque de temps** les empêche de pratiquer plus !
- Chez les autres pratiquants, **la grimpe est occasionnelle**. Une majorité de pratiquants privilégient cette approche « loisir » : 73% d'entre eux pratiquent moins d'une fois par mois.

Une pratique collective pour 87% des licenciés.

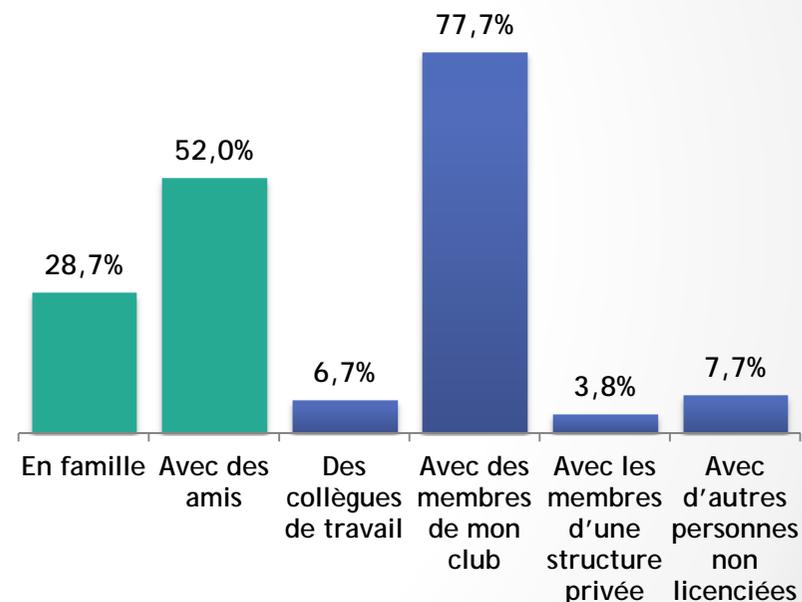
Une pratique + collective pour les femmes

Q. En général, pratiquez-vous seul ou accompagné ?
Plusieurs réponses possibles



On grimpe entre amis, mais aussi en famille

Q. En général, pratiquez-vous seul ou accompagné ?
Plusieurs réponses possibles

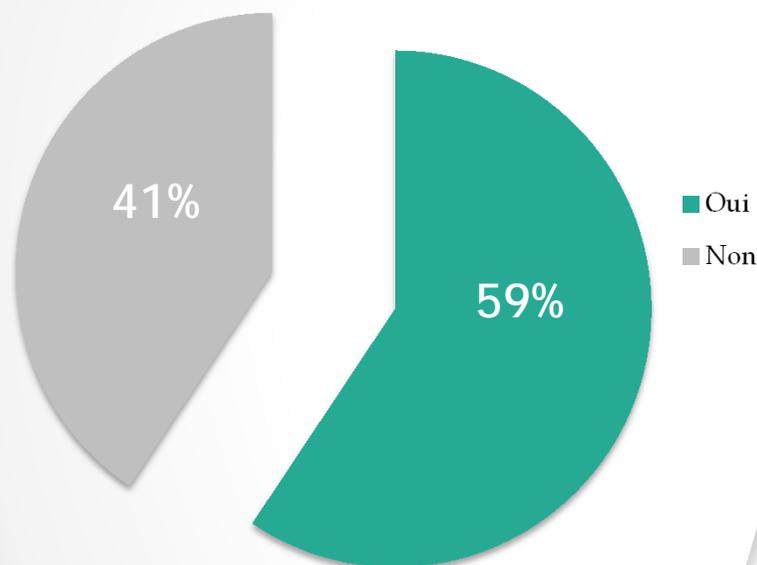


Le grimpeur solitaire, seul sur sa paroi, est une image d'Épinal révolue. La pratique se veut **collective** et se **pratique très largement accompagnée** : 87% des pratiquants grimpent de la sorte. La tendance est particulièrement marquée chez les **femmes**, avec un chiffre qui monte à 91%.

Une majorité de licenciés fréquentent des salles privées (59%), où la grimpe sur bloc émerge.

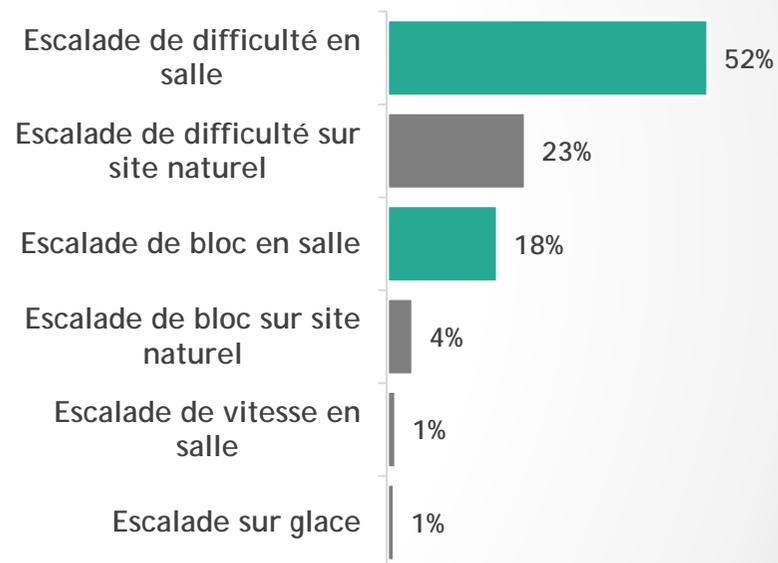
La pratique en salle plébiscitée

Q. Fréquentez-vous des salles privées ?



L'explosion de l'escalade sur bloc

Q. Si vous pratiquez l'escalade, quel type précisément ?



Point important de l'évolution récente de la pratique de l'escalade : l'essor de la pratique en salle, plébiscitée pour la **qualité de leurs murs (46%)** et leur **facilité d'accès (23%)** notamment. Cet essor s'accompagne du développement de **la grimpe sur bloc**, dont la pratique correspond parfaitement aux valeurs de partage et d'émulation évoquée auparavant !



Motivations d'achat de l'équipement

Quelle importance accordez-vous aux critères de choix suivants dans l'achat de vos équipements ? (évaluez chacune des critères suivantes en cochant une réponse par ligne)

- 1^{ère} - **Technicité**
(maintien, amorti)
- 2^{ème} - **Prix**
- 3^{ème} - **Offre**
(promotion)
- 4^{ème} - **Esthétisme**
- 5^{ème} - **Communication**
(capital sympathie de la marque)

Comparaison avec d'autres sports



Running

1	Technicité
2	Prix
3	Marque



Golf

1	Qualité
2	Innovation
3	Marque



Basket

1	Technicité
2	Esthétisme
3	Offre

A l'instar d'autres sports, comme le running, le pratiquant d'escalade se base en premier lieu sur la **technicité du produit** pour orienter son achat : 53% des licenciés juge ce critère « très important ». Il devance assez largement le **prix (23%)**, **l'offre associé (17%)** ou encore **l'esthétisme (16%)**.

Un panier moyen élevé (437€) pour des pratiquants engagés



Escalade



Homme : 489€
Femme : 348€



Basketball



Homme : 259,04€
Femme : 202,39€



Trail

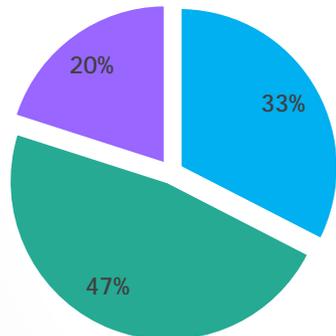


Homme : 528€
Femme : 414€

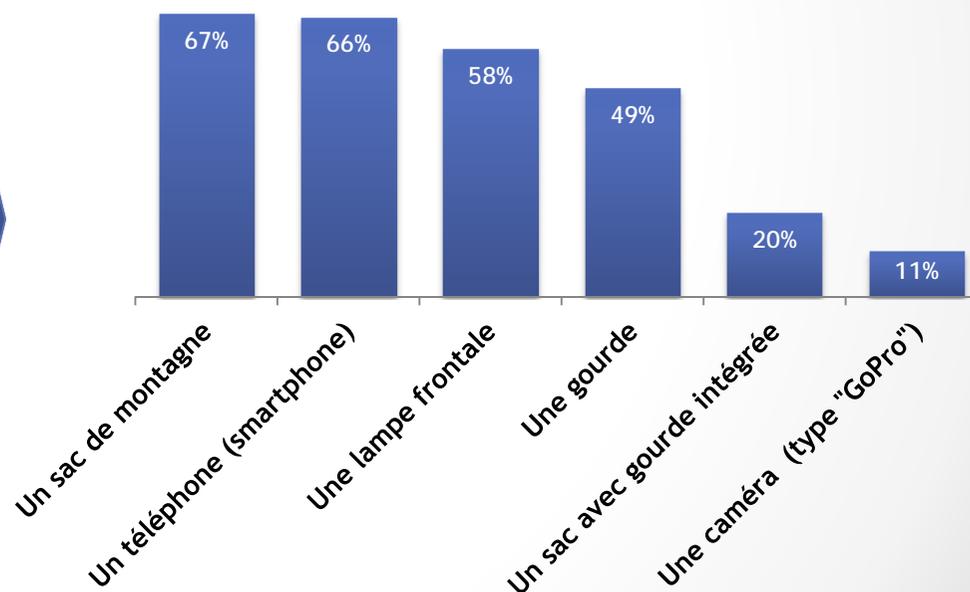


Le poids des textiles et équipements techniques

- Textile
- Chaussures et équipements
- Autres (abonnement,...)



L'attrait pour les accessoires



Le panier moyen du grimpeur est plus élevé que la moyenne nationale (450€ contre 250 €) . S'il lui est relativement simple de s'équiper pour commencer sa pratique (une paire de chaussures), le licencié est en recherche de produits techniques, tant sur le textile que l'accessoire.

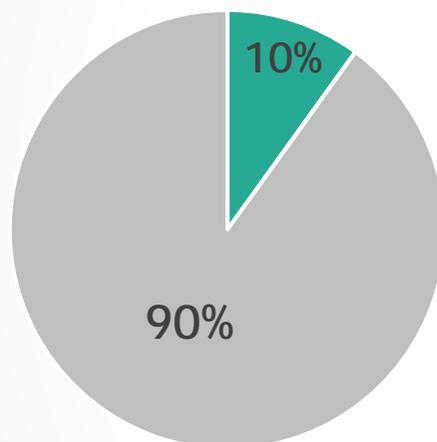
L'escalade grimpe également sur internet



Prise de renseignement en magasin avant achat sur Internet

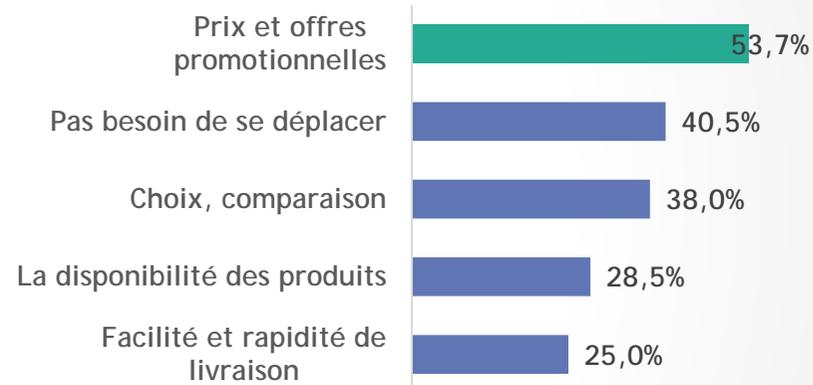
Q26. Vous renseignez-vous / renseigneriez-vous en magasin avant d'acheter votre matériel (Ski, Surf, Chaussures de ski ou de surf) sur internet ?
Base : skieurs

La part de marché sur internet



- E-Commerce
- Magasins physiques

Les raisons de l'achat sur internet



11%

La part des gens s'adonnant à la pratique du showrooming avant CHAQUE achat.



14% pour le Running

La part de marché d'internet sur l'escalade est légèrement en retrait par rapport aux autres segments de l'univers sport (**10% escalade** vs **13% pour le reste du marché**). Comme souvent, sur internet, les consommateurs plébiscitent largement le **prix (50%)** et le **choix des produits (38%)**.