



TOURISME SPORTIF : un marché prometteur pour les territoires, les marques et les enseignes

Le Congrès du Tourisme Sportif 2024 a réuni les acteurs des industries du tourisme et du sport pour échanger sur les chiffres du secteur, les réussites d'aujourd'hui, l'offre de demain et les challenges à relever.

Le **Ministre de l'économie du Tourisme, Marina Ferrari**, a ouvert en vidéo ce deuxième Congrès, organisé à Pau les 7 et 8 octobre à l'initiative de Sport Guide, en appelant les participants à « faire de la France non seulement la première destination touristique mondiale, mais aussi un modèle de tourisme sportif durable ».

Des témoignages de territoires qui ont su combiner attractivité touristique et préservation de l'environnement ont été mis en avant au cours des présentations menées durant deux jours au sein du magnifique Palais Beaumont. La responsabilité environnementale, une pierre angulaire du tourisme sportif, a été largement abordée par plusieurs intervenants dont **Florent Marcoux**, directeur exécutif de Surfrider Foundation, **Emilie Roy**, directrice marketing & communication de l'Agence Départementale Tourisme 64 et **Alison Lacroix**, responsable outdoor service développement du groupe Rossignol, ainsi que par **Olivier Bessy**, sociologue du tourisme sportif. Professeur et chercheur, il a apporté son regard universitaire pour retracer l'histoire du tourisme sportif responsable.

Et, parmi les exemples inspirants présentés au congrès de Pau, le maire de Bourg Saint-Maurice **Guillaume Desrués** a expliqué l'ensemble du process engagé pour renoncer à l'aménagement du glacier Aiguille Rouge afin de préserver l'environnement, un choix fort en faveur de l'écologie.

78% des touristes sportifs préfèrent rester en France

La présentation de données pour appréhender la taille de ce marché et ses potentiels a été un des marqueurs de ce rendez-vous international. Avec 16 à 17 millions de touristes sportifs français identifiés en 2023, dont 5 millions itinérants, et une place de choix occupée par les régions Nouvelle Aquitaine, Auvergne-Rhône-Alpes, Provence-Alpes Côte d'Azur et Occitanie, le tourisme sportif est en progression constante selon l'étude menée pour le compte du ministère des Sports et de la Direction Générale des Entreprises (Bercy). Elle a été présentée lors du Congrès par **Nathalie Hénaff** du cabinet Olbia et par **Gérard Baudry**, responsable du Pôle Ressources National « sport innovations ».



© PHOTOS : SWANN SAGNOL

Le Congrès du Tourisme Sportif a montré également l'importance du visitorat international pour le développement du secteur. Selon une étude inédite, présentée en avant-première à Pau par **Hugo Alvarez**, sous-directeur Observation, Prospective, Stratégie d'Atout France, 21 % des visiteurs étrangers en visite sur notre territoire sont des amateurs de sports, prouvant l'attractivité croissante de ce segment.

Des initiatives avec leur retour d'expérience visant à diversifier l'offre de tourisme sportif ont été mis en lumière, que ce soit à travers des projets d'inclusivité pour les personnes en situation de handicap avec le label HandiSpot proposé par On Piste du groupe Rossignol, l'événementiel Sport & Musique avec l'Outdoor Mix Festival et le FISE de Montpellier et ses déclinaisons à l'échelle nationale et internationale ou encore le café cycliste « Chez Octave » au col du Tourmalet. Elles ont montré la diversité et la richesse des offres pour répondre aux multiples attentes des consommateurs.

ILS ONT DIT



« Saisir l'enjeu du tourisme de visite en France »

NATHALIE HÉNAFF

Directrice associée cabinet Olbia en charge de l'étude sur le tourisme sportif commandée par le ministère des Sports et des Jeux Olympiques et le ministère de l'Economie

« Sur les 17 millions de touristes sportifs, on note un essor considérable de la dimension itinérance. Mais également un potentiel fort du tourisme de visite qui consiste à visiter des lieux touristiques sportifs matériels -ou pas-, musées, stades mais aussi stèles ou sites comme le col du Tourmalet par exemple. Il y a encore en France peu d'offres de visites et de patrimoine et on espère qu'au vu de la réussite et à la ferveur qui ont accompagné les JO 2024 de Paris, la France et la Ville de Paris sauront se saisir de cet héritage pour raconter cette histoire dans les années futures. »



« Ne pas opposer impact environnemental et économie »

DENIS ULANGA

Directeur général ADT 64 Béarn Pays-Basque

« Souvent quand on évoque le sujet, les socio-pros répondent que leur priorité est de gérer la fin du mois. Il faut arriver à transformer cette problématique pour assurer une transition économique progressive des entreprises et des socio-pros en changeant les paradigmes et avec un objectif d'économie d'entreprise. En tant qu'institution, nous avons la responsabilité d'engager ces réflexions. »



« Des projets d'abord pour les habitants ! »

PIERRE-LOUIS ROUCARIÈS

Directeur général de Mandelieu La Napoule

« Tous les acteurs concernés par le tourisme sportif doivent avoir en tête que la priorité d'une collectivité, ce sont ses habitants. Évidemment que celle-ci intègre dans ses réflexions le développement économique et l'image d'un projet auprès des touristes mais en général, ce dernier vaut autant pour ses habitants que pour les visiteurs donc il y a tout intérêt à le présenter comme tel. »

ILS ONT DIT



« **Simplifier les démarches pour les projets de tourisme sportif** »

JEAN-LOUIS RODRIGUES

Président de l'Eurosima

« Les pouvoirs publics ont un intérêt pour les projets de tourisme sportif mais une simplification est nécessaire car c'est extrêmement compliqué de développer un projet à l'heure actuelle. Le respect de la réglementation est obligatoire mais le pouvoir décisionnel doit permettre ensuite d'être rapide. Cela paraît simple mais c'est plus que nécessaire et cela peut faire la différence face à la concurrence d'autres pays. »



« **L'événement doit être construit avec, par et pour le territoire** »

OLIVIER BESSY

Sociologue du sport et du tourisme

« Si un événement est apporté par quelqu'un d'extérieur, il doit s'approprier la culture locale, partir des ressources du territoire et travailler avec les locaux. Il faut également que l'économie qui soit recrée soit redistributive pour les acteurs du territoire. Socialement, il faut d'ailleurs faire travailler un maximum d'acteurs locaux et être accessible au plus grand nombre. Un événement ne peut plus exister si le territoire n'est pas consubstantiel à cet événement-là. »



« **Dépasser l'enjeu du seul impact CO2 pour repenser les événements sportifs** »

FLORENT MARCOUX

Directeur exécutif Europe Surfrider Foundation

« Il y a un enjeu de réalignement avec les limites planétaires et ces limites ne concernent pas que le réchauffement climatique. On parle beaucoup du carbone mais il y a d'autres enjeux avec le développement touristique comme la perte de biodiversité, le stress hydrique, la gestion des déchets, les pollutions plastiques... Il faut avoir cette ambition et repenser un certain nombre de business models et d'activités en lien avec le tourisme sportif. »

LES ÉLÉMENTS-CLÉS DU TOURISME SPORTIF EN FRANCE EN UN COUP D'ŒIL

16 à 17 millions
de touristes sportifs primaires et secondaires en 2023*

5 millions
concernés par l'itinérance*

78%
des touristes sportifs qui restent en France pour pratiquer*

31%
qui placent le respect de l'environnement dans leur motivation de voyage*

21%
des visiteurs étrangers en France sont des « arpenteurs » autrement dit des touristes sportifs**

*Étude sur le tourisme sportif commandée par le ministère des Sports et des Jeux Olympiques et le ministère de l'Économie.

**Étude Atout France intégrant les réponses de 20 000 visiteurs de 30 pays différents et présentée en avant première sur le Congrès.

Combiner événementiel sportif et culture

Au-delà des échanges et débats, l'évènement s'est aussi voulu un lieu de networking, réunissant marques de sport (Intersport, Sport 2000, Skiset, Skimium, Netski), équipementiers, organisateurs d'événements et représentants des territoires. L'objectif ? Favoriser la collaboration entre tous les acteurs pour renforcer l'écosystème du tourisme sportif. À cet égard, l'Union Sport & Cycle a présenté le plan d'actions de sa commission Tourisme sportif présidée par **Julien Gauthier**, directeur général du groupe CLS - Ski Company qui se concentrera d'ici 2027, sur la reconnaissance des entreprises et la promotion de leurs activités dans les territoires touristiques. Pour amplifier le mouvement engagé en faveur d'un tourisme plus durable, la **commission tourisme sportif de la fédération prend pour axe de travail principal le soutien à la mobilité décarbonée sur les territoires touristiques.**

En s'inspirant du concept de « ville du quart d'heure » imaginé par **Carlos Moreno**, elle souhaite promouvoir auprès de l'ensemble des acteurs professionnels du Tourisme la mobilité à vélo sur leurs territoires. Identifier l'offre de location, la rendre plus accessible, compléter les infrastructures par les outils digitaux pour permettre à chaque client de se déplacer facilement, en sécurité et sans émission carbone.

Des prises de parole sur la responsabilité environnementale aux retours d'expérience d'innovations locales et de collaborations entre acteurs, le congrès International du Tourisme Sportif a donné l'opportunité aux acteurs de capitaliser sur ce marché en plein développement. ■



Retrouvez tous nos intervenants en vidéo sur la chaîne Youtube de Sport-Guide :

www.youtube.com/@Congres-du-tourisme-sportif



ILS ONT DIT



« **Le tourisme sportif, formidable moyen de lutter contre la sédentarité** »

MARINA FERRARI

Ministre de l'économie touristique

« La dynamique du tourisme sportif peut profiter à l'ensemble de la filière touristique du tourisme culturel au tourisme gastronomique en passant par le tourisme de savoir-faire. Elle participe au sens large à la valorisation de nos territoires, de nos espaces naturels et crée de nouvelles opportunités pour les populations locales. Le tourisme sportif est également un moyen formidable de mettre ou remettre à une activité physique tous les publics y compris ceux les plus éloignés de la pratique sportive. »



« **La nécessité de travailler ensemble** »

GÉRARD POUET

Expert des réseaux de distribution et économiste

« C'est un prestigieux plateau qui a été réuni à Pau les 7 et 8 octobre à l'occasion du Congrès National du Tourisme Sportif où marques de sport, distributeurs, organisateurs d'événementiels et professionnels du tourisme ont présenté, tour à tour, leurs actions, leurs résultats, leurs objectifs. Une formidable émulation où la nécessité de se fédérer et de travailler ensemble est apparue comme une évidence. »



« **Une prise de conscience collective** »

VIRGILE CAILLET

Délégué général de l'Union Sport & Cycle

« Cette fois encore, pour cette deuxième édition, j'ai adoré le contenu, les échanges très riches auxquels on a pu assister et je voudrais retenir une chose : cette prise de conscience collective de tous les acteurs. »