



MANIFESTE DES LOISIRS SPORTIFS MARCHANDS

**Pour une
(re)connaissance
du secteur**



Edito...



Alors que notre jeune et dynamique secteur était encore méconnu des pouvoirs publics avant la crise Covid, nous commençons aujourd'hui à être identifiés comme des acteurs légitimes pour favoriser la mise en mouvement de tous les Français.

Les pouvoirs publics appréhendent également davantage les particularités liées à notre statut d'entreprise commerciale, et prennent progressivement le réflexe de nous solliciter pour œuvrer aux solutions à activer au sein des territoires.

Au-delà de l'activité physique et sportive, de nombreuses enseignes sont déjà très impliquées et moteurs sur de multiples champs extra sportifs (inclusion, jeunesse, santé,...).

Je suis très fier du travail que nous avons accompli au sein de l'USC pour la reconnaissance de notre secteur des Loisirs Sportifs Marchands. Néanmoins, nous devons continuer à favoriser la rencontre avec les différents acteurs clés dans les territoires pour mieux soutenir ensemble les grands enjeux sociaux et sociétaux de demain

Nos défis sont nombreux alors continuons à faire connaître les loisirs sportifs marchands et changer le regard sur le rôle de nos établissements partout en France.

Les pouvoirs publics doivent également mieux prendre en considération le potentiel qu'offrent nos lieux de pratiques et mettre en place les conditions propices qui soutiendront notre développement.

Nous devons être considérés comme des acteurs légitimes de l'activité physique et sportive notamment dans la lutte contre la sédentarité, qui à juste titre doit être une priorité des pouvoirs publics ! A un an des Jeux Olympiques et Paralympiques, nous devons naturellement faire partie des acteurs pleinement engagés au sein de la grande cause nationale de 2024 que sera le sport et participer à l'objectif des 3 millions de pratiquants supplémentaires souhaités par le Président de la République

En France, le sport doit être essentiel, le secteur des Loisirs Sportifs Marchands également... !

Grégory de Radigues,
Président de la commission des Loisirs Sportifs Marchands
UNION sport & cycle

Table des matières

- Introduction 4
- #01 Les loisirs sportifs marchands, des acteurs contribuant à la mise en mouvement des Français 6
- #02 Les Loisirs Sportifs Marchands, acteurs clé de la lutte contre la sédentarité 8
- #03 Loisirs sportifs marchands, partenaires du mouvement sportif 10
- #04 Un rôle important dans les politiques publiques locales : des partenariats à nouer entre acteurs publics et privés 12
- #05 Une offre de pratique favorisant l'inclusion et la cohésion sociale 14
- #06 Un secteur naturellement engagé dans la transition écologique 16
- #07 Quelles perspectives de développement pour le secteur des loisirs sportifs marchands ? 17

Introduction

Le sport occupe aujourd’hui une place essentielle et incontournable dans la vie des Français. Depuis la crise sanitaire notamment, la pratique sportive en France ne cesse d’augmenter. En 2022, ce sont 60% des Français qui ont pratiqué une activité physique et sportive régulière.

60%

des Français ont pratiqué une activité physique et sportive régulière, soit 6 points de plus qu’en 2018

INJEP, 2022

L’augmentation de la pratique sportive est également corrélée à une évolution des attentes et des comportements des Français en matière d’activité physique et sportive :

Les effets bénéfiques de la pratique sportive pour la santé et le bien-être constituent plus que jamais l’attente principale des pratiquants. Plus de la moitié des pratiquants font du sport

pour leur santé et 34% pour se détendre. Parallèlement, la dimension ludique du sport reste forte (28% des pratiquants). Ce constat permet ainsi de renforcer la place du sport comme enjeu de santé publique.

52%

des pratiquants déclarent faire du sport pour améliorer leur santé, soit 6 points de plus qu’en 2018

INJEP, 2022

D’autre part, la crise sanitaire a favorisé une pratique davantage libre et autonome. La pratique en dehors de toute structure reste majoritaire puisque 57% des pratiquants déclarent faire du sport en autonomie. La pratique encadrée dans un club ou une association a reculé, tandis que la pratique dans une structure commerciale (salle de sport, centre de remise en forme, etc.) quant à elle, a augmenté de 3 points depuis 2018.

57%

des pratiquants pratiquent une activité physique ou sportive en autonomie.

INJEP, 2022

Les Français sont donc à la recherche de santé et de bien-être, a fortiori dans un contexte post-épidémique, et s’orientent très largement vers une pratique libre et autonome.

Ce qu’on constate également dans les habitudes des Français en matière de pratiques sportives, c’est la notion de multi-pratique, qui devient désormais la nouvelle norme. Les pratiquants déclarent pratiquer 3,6 activités physiques différentes dans au moins 2 lieux distincts. Cette multi-praticité est encore plus marquée chez les jeunes (moins de 25 ans) qui pratiquent en moyenne 4,9 activités*. Un constat qui confirme la nécessité de développer, à l’échelle des communes, une offre sportive diversifiée et adaptée aux nouvelles attentes et besoins des pratiquants. Parmi les lieux plébiscités, figurent les clubs privés, qui

rencontrent notamment un franc succès chez les jeunes de 18 à 24 ans, 35% d’entre eux pratiquant dans des salles de sport privées.

Les Loisirs Sportifs Marchands ont donc un rôle central dans la mise en mouvement des Français et répondent à ces évolutions. Il devient urgent de reconnaître les Loisirs Sportifs Marchands comme un secteur d’intérêt général et comme un acteur du sport français à part entière. Ce manifeste, dédié au secteur, vous en explique les raisons.

* “Sport dans la ville 2022”, UNION sport & cycle 2022

« En démontrant leur dynamisme, leur formidable capacité de résilience et d’adaptation, les Loisirs Sportifs Marchands s’inscrivent résolument dans le panorama du sport français comme un excellent relais de développement des activités physiques et sportives dans notre pays. »

Virgile Caillet, Délégué Général de l’UNION Sport & Cycle

#01 – Les Loisirs Sportifs Marchands, des acteurs contribuant à la mise en mouvement des Français

UNE OFFRE D'ACTIVITÉ RICHE, DIVERSIFIÉE ET ACCESSIBLE À TOUS

Les Loisirs Sportifs Marchands regroupent les entreprises qui proposent des offres d'activité physique, ludique, et sportive partout en France, à destination de toutes et tous, pouvant s'exercer au sein d'établissements intérieurs comme extérieurs. Les Loisirs Sportifs Marchands abritent une grande diversité d'activités, laissant ainsi l'opportunité à chacun de trouver l'activité lui correspondant. Ils encouragent à la pratique régulière d'une activité physique et sportive et contribuent ainsi largement à l'amélioration de la qualité de vie de la population.

Ils se regroupent en deux grandes catégories d'activité :

- **Les offres indoor :** -
les Loisirs Sportifs Marchands proposent un large panel d'offres indoor dans des établissements, comme les salles de fitness et ses réseaux spécialisés (yoga/ pilates/ crosstraining/ boxe...), les structures de foot à 5, de tennis-padel et d'escalade, et les centres aquatiques et piscines en délégation de service public.

- **Les offres « outdoor » :**
parallèlement, les Loisirs Sportifs Marchands proposent des offres de pratique outdoor à visée ludique, comme le golf, la plongée, le VTT, le wake park... qui sont, pour la plupart, des offres de pratique saisonnière et principalement touristiques.

Les pratiques proposées par ces acteurs constituent pour certaines des dérivés de pratiques sportives dites « traditionnelles », amenant à parler d'une « hybridation » de certains sports. Cette adaptation de la pratique sportive se veut accessible au plus grand nombre et pas uniquement aux sportifs aguerris. Le public atteint par les structures marchandes est ainsi élargi.

DES LIEUX DE VIE TOUCHANT UN LARGE PUBLIC

Les Français sont en quête de liberté, de bien-être et de santé, et à la recherche d'activités relaxantes et apaisantes. Les établissements proposent différentes activités intégrant ces nouvelles attentes, comme le souligne le développement du yoga, de la sophrologie ou du pilates. L'intégration de services bien-être dans les infrastructures sportives (hammam, sauna, massage) va également dans ce sens, au même titre que la structuration d'activités mélangeant le « divertissement » et l'activité physique (zumba, ...). Des espaces de restauration, de convivialité et de co-working sont également mis à disposition pour permettre à l'ensemble des visiteurs de partager une expérience unique, en famille, seul, entre amis, entre collègues...

Cette spécificité fait des loisirs sportifs marchands de véritables lieux de vie.



UNE OFFRE DE SERVICES FLEXIBLE ET AGILE

La flexibilité de l'offre est, enfin, un avantage supplémentaire : les Loisirs Sportifs Marchands proposent de multiples possibilités d'abonnement, à la carte, à l'unité, à l'année, au mois... permettant à chacun de venir selon son envie et de lever toutes contraintes.

L'importante flexibilité horaire offerte par les loisirs sportifs permet aussi aux individus de jongler plus facilement avec leurs contraintes professionnelles et quotidiennes. Certains acteurs des Loisirs Sportifs Marchands proposent dans le même temps l'accès à de nombreuses salles, tant

sur un territoire donné que dans l'ensemble de l'Hexagone et ce pour un abonnement unique.

DES ACTEURS INNOVANTS

Les Loisirs Sportifs Marchands sont à la pointe de l'innovation. Les entreprises renouvellent constamment leur offre en s'adaptant aux évolutions du marché et aux besoins des Français. Ils proposent notamment de nouvelles activités en utilisant les nouvelles technologies pour optimiser l'expérience client et atteindre les publics les plus éloignés de la pratique sportive.

ZOOM - LES CHIFFRES CLÉS DU SECTEUR

Un secteur regroupant une grande diversité d'activités partout en France

- 7 300 établissements répartis sur l'ensemble du territoire dont :
- 4 500 établissements de fitness
- 1 700 studios spécialisés en yoga, pilates, crossfit, boxing...
- 350 espaces aquatiques
- 280 salles d'escalade
- 200 établissements de foot à 5
- 180 patinoires
- 120 établissements de padel
- 50 autres établissements ludiques et sportifs (basket, parkour, bike...)

Un secteur accueillant de nombreux pratiquants

- 17 millions de Français accueillis au sein des établissements des loisirs sportifs marchands en 2019

Un pan majeur de l'économie contribuant à l'emploi et à la formation

- 70 000 salariés répartis sur le territoire, dont 80% des postes occupés par des jeunes de moins de 30 ans

#02 - Les Loisirs Sportifs Marchands, acteurs clé de la lutte contre la sédentarité

UN SECTEUR D'INTÉRÊT GÉNÉRAL ENGAGÉ DANS LA PRÉVENTION PRIMAIRE

La sédentarité est une menace mondiale de santé publique, comme le confirme l'Observatoire national de l'activité physique et de la sédentarité (ONAPS), et l'Organisation mondiale de la Santé (OMS). 95% de la population française adulte est exposée à un risque de détérioration de la santé par un manque d'activité physique et sportive.* Dans ce contexte de sédentarisation de la population, **l'activité physique et sportive est un outil indispensable de promotion de santé et de bien-être.**

Alors qu'ils favorisent la pratique du sport par toutes et tous, les loisirs sportifs participent de fait à l'amélioration de la santé et du bien-être de leurs pratiquants. Valorisant la dimension ludique des activités sportives, le public visé est particulièrement large au sein de ces structures, pouvant atteindre des individus plutôt éloignés de la pratique sportive initialement. La diversité de ces structures permet de s'adapter finement aux besoins et aux attentes de potentiels pratiquants, renforçant leur attrait pour l'activité physique.

* Etude ANSES, 2020

« Au travers de son fonds de dotation, Climb Up soutient un projet porté par l'association Entourage, à Lyon et Lille, ayant pour objectif de stimuler des personnes en situation de grande précarité par la pratique d'une activité physique générant du lien social avec d'autres grimpeurs vivant dans le quartier. Au-delà d'actions occasionnelles, le groupe Climb Up lutte au quotidien contre la sédentarité en rendant facile d'accès la pratique de l'escalade à tout âge, comptabilisant plus de 3 millions d'entrées par an. Avec son école d'escalade, les salles Climb Up accueillent partout en France 11 000 enfants chaque semaine sur des cours annuels. »

François Petit, Président de Climb Up

UN SECTEUR IMPLIQUÉ DANS LA PROMOTION DU SPORT-SANTÉ

Les Loisirs Sportifs Marchands participent en outre à la dynamique nationale du sport-santé, impulsée notamment en 2019 par le ministère des Sports et le ministère des Solidarités et de la Santé. Ils accueillent, au sein de leurs établissements, des personnes atteintes d'Affection de Longue Durée (ALD) qui bénéficient du dispositif du « sport sur ordonnance ». Certains établissements de Loisirs Sportifs Marchands sont aussi labellisés « Maison Sport Santé ».

Equalia a renforcé son positionnement autour du sport santé en s'associant à des acteurs locaux ou nationaux pour développer la pédagogie autour du lien entre le sport et ses vertus positives pour le corps et l'esprit. Sur le centre aquatique de Linéo (Communauté de Communes des Hauts de Flandre), Equalia s'est associé à Pulse Sport Santé, une association spécialisée dans le domaine du sport santé et avons développé des séances (terrestres et aquatiques) à destination de personnes qui ne faisaient plus de sport ou qui n'étaient pas en condition physique ou mentale pour pratiquer. L'entreprise a également poursuivi ses actions historiques permettant ainsi aux publics en situation spécifique d'accéder à des créneaux encadrés de manière personnalisée (séances de patinage en fauteuil, séances IME sur mesure, etc...). Pour cela, la sensibilisation et la formation des équipes ont été prépondérantes afin de réussir ces accueils.

Valérie de Rochechouart, Directrice Générale Equalia



#03 – Loisirs sportifs marchands, partenaires du mouvement sportif

Avec l'émergence des Loisirs Sportifs Marchands est apparue l'idée d'une nouvelle source de concurrence pour les acteurs dits « traditionnels » du mouvement sportif. L'activité des acteurs privés du sport aurait pu éloigner un certain nombre de pratiquants des structures fédérales et associatives. Pourtant, les collaborations nouées entre loisirs sportifs marchands et mouvement sportif témoignent d'une réalité toute autre.

Cette complémentarité entre acteurs s'explique essentiellement par la disparité des publics touchés. Si les associations sportives octroient une place significative à la compétition et implique une régularité dans la pratique, les loisirs sportifs marchands placent le bien-être, le ludique et la flexibilité au centre de leur offre.

Quand les licences sportives sont principalement détenues par des individus de moins de 25 ans (source INJEP, + de 50%), les Loisirs Sportifs Marchands participent à une pratique tout au long de la vie en s'adaptant au rythme de vie des individus. Alors que les premières proposent avant tout des disciplines traditionnelles, les seconds s'appuient sur l'hybridation de ces mêmes disciplines et sur les nouvelles pratiques qui en découlent.

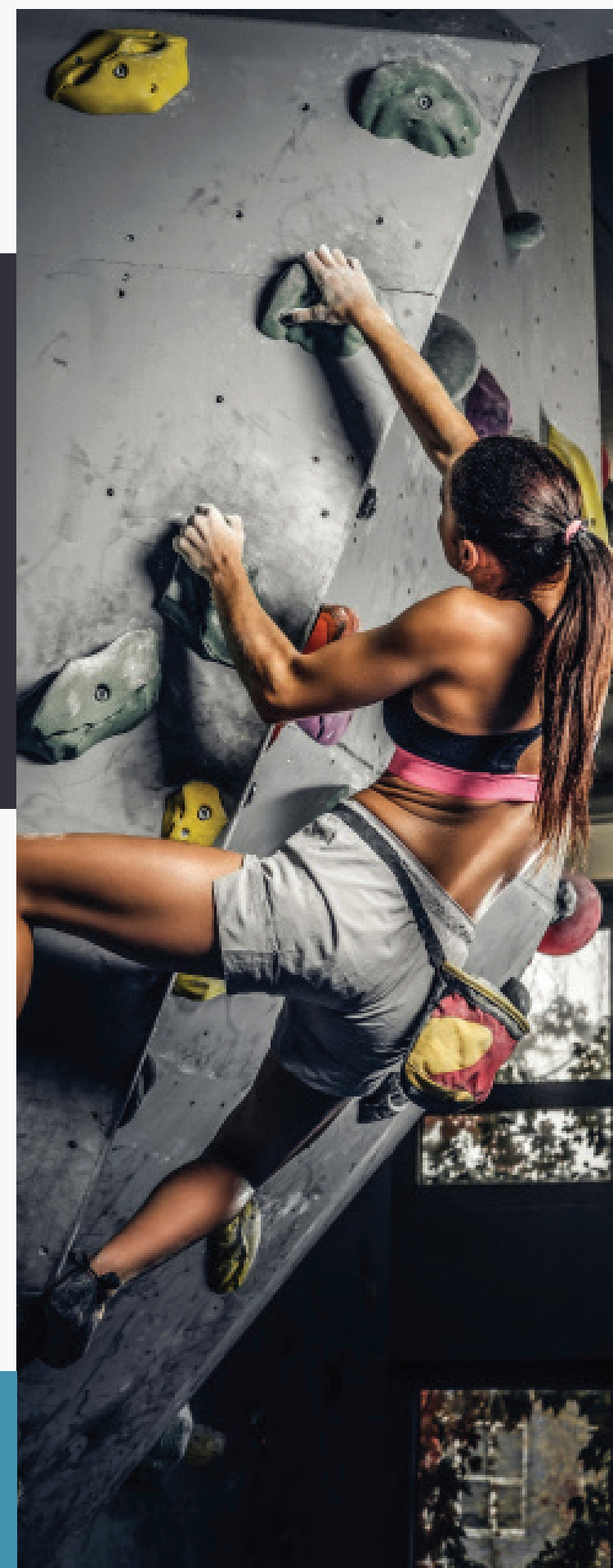
DES PARTENARIATS AU SERVICE DU DÉVELOPPEMENT DES PRATIQUES

Conscients de cette complémentarité, les structures fédérales et les acteurs privés définissent des relations partenariales et des projets communs pouvant revêtir de multiples contours :

Le rapprochement de la Fédération Française de Basketball avec la Hoops Factory est particulièrement éloquent à cet égard. Participant à la structuration du 3x3, discipline olympique depuis 2020, les centres privés ont initialement suscité l'intérêt de la FFBB afin de poursuivre le développement de cette nouvelle pratique et de créer des ponts entre pratiquants, licenciés ou non. Ces liens se sont depuis renforcés puisque la fédération a repris l'activité des Hoops Factory fin 2020.

Même logique du côté de l'escalade où la Fédération Française de la Montagne et de l'Escalade et les salles privées Block'Out travaillent de concert pour le développement de la discipline. La collaboration entre les deux entités possède plusieurs facettes puisqu'elle induit le lancement d'opérations de communication communes, la promotion de la licence ou encore l'organisation de compétitions fédérales au sein des salles Block'Out.

La définition de relations partenariales entre structures fédérales et entités privées présente de multiples intérêts bénéficiant à chacun des acteurs. **Plus que tout, ces collaborations contribuent au développement de la pratique sportive des Français et permettent de répondre aux besoins et envies des pratiquants. Elles méritent par conséquent d'être consolidées et diversifiées.**



#04 - Un rôle important dans les politiques publiques locales : des partenariats à nouer entre acteurs publics et privés

MODERNISATION DE L'OFFRE SPORTIVE DES TERRITOIRES

Contraction des financements publics, vétusté des équipements ou encore rénovation thermique des infrastructures : autant de problématiques auxquelles sont confrontées les collectivités territoriales. Alors qu'elles demeurent les premiers financeurs du sport en France et sont prioritaires de la majorité des équipements sportifs (83% en 2022), les collectivités sont contraintes dans leur capacité d'action. À ces difficultés s'ajoutent une nécessaire adaptation aux demandes des pratiquants, particulièrement évolutives depuis plusieurs années. Si les collectivités abritent essentiellement des équipements dits « traditionnels » et dédiés à la pratique associative, **l'émergence des Loisirs Sportifs Marchands contribue à la modernisation de l'offre sportive présente sur les territoires.**

RENFORT DU MAILLAGE TERRITORIAL DES ÉQUIPEMENTS SPORTIFS

20% des équipements mis en service depuis 2005 dans l'Hexagone sont des équipements émanant du secteur privé. Ces nouveaux sites de pratique participent à la diversification des activités sportives proposées sur les territoires. Ils permettent dans le même temps de renouveler les équipements présents localement tout en représentant un coût limité ou nul pour la collectivité les accueillant. Dans une période de profonde mutation de la pratique sportive, **la contribution des Loisirs Sportifs Marchands dans la réponse aux besoins des habitants est donc nécessaire et renforce également le maillage territorial des équipements sportifs.**

« Rendre accessible la pratique sportive au plus grand nombre a toujours été mon ambition en tant qu'élue aux sports car répondant à un enjeu de santé publique. Mais face à un parc sportif insuffisant, vétuste et la rareté de l'argent publique, nous avons fait le choix de nous rapprocher du privé et nous avons conclu un partenariat avec le Groupe Five prenant la forme d'un BEA. Grâce à ce partenariat nous avons ainsi pu rénover un vieil équipement sportif, diversifier l'offre sportive (Foot 5, Padel) tout en garantissant l'accessibilité de cette structure privée aux scolaires et aux associations de la ville (3300h conventionnées). Cette conditionnalité permet d'illustrer concrètement les bénéfices d'une plus grande collaboration publique/privé »

Anne-Marie Heugas, VP Est Ensemble chargée des sports

DES STRUCTURES PERMETTANT D'ACCUEILLIR LE SPORT SCOLAIRE ET PÉRISCOLAIRE

Si ces nouveaux équipements sont détenus et gérés par des acteurs privés, leur mise à disposition peut bénéficier à des entités publiques tels que des groupes scolaires. Les structures marchandes du sport ont généralement des créneaux de faible fréquentation, comme le matin ou en pleine journée, durant lesquels une partie des équipements se trouve inutilisée. Ces heures creuses coïncident avec les heures d'école, d'où la possibilité de nouer des partenariats avec des établissements scolaires. De nombreuses conventions définissant un nombre d'heures d'utilisation par les scolaires sont ainsi arrêtées entre les écoles et les acteurs privés du sport.

DÉVELOPPEMENT DU SPORT EN ENTREPRISE, UN ATOUT POUR LES COLLECTIVITÉS

Les établissements de Loisirs Sportifs Marchands ont l'avantage d'avoir des horaires d'ouverture élargis : matin / midi / soir, permettant ainsi à tout public de pouvoir y accéder, y compris un public de salariés. Les entreprises sont de plus en plus friandes à proposer à ses salariés une offre d'activité physique et sportive, sachant les gains en matière de productivité, de baisse de l'absentéisme, de cohésion sociale... elles peuvent donc faire appel à des prestataires de sport en entreprise, comme Gymlib ou encore Wellness Training.

Avoir une offre de pratique adaptée à tous les publics est un réel atout pour les collectivités et un levier d'attractivité, notamment économique.

LES LOISIRS SPORTIFS MARCHANDS, MOTEUR D'ATTRACTIVITÉ POUR LES COLLECTIVITÉS

Le basket 3x3, le foot à 5, le padel et le fitness de plein air sont cités comme les activités physiques et sportives renforçant le plus l'attractivité d'une ville. Les Loisirs Sportifs Marchands, recouvrant l'ensemble de ces pratiques ont donc **un rôle important à jouer dans la politique sportive locale.**

C'est aussi **un enjeu important au niveau du tourisme sportif** que de développer des équipements sportifs de proximité. On s'aperçoit qu'une personne sur deux choisit son lieu de vacances en fonction de l'offre de sport et de loisir déployée à l'échelle de la commune.

Certains labels, en outre, comme le **label Ville Active et Sportive**, récompensent notamment l'offre sportive d'une commune sous toutes ses formes. La présence d'équipements sportifs sur le territoire, qu'ils soient privés ou publics, souligne l'étendue de l'offre sportive et la diversité de public potentiellement atteinte. De la même façon, les événements sportifs organisés à l'échelle locale ou nationale contribuent au rayonnement d'un territoire. **Les structures marchandes du sport participent ainsi, de manière directe ou non, au dynamisme et à l'attractivité d'une collectivité, attractivité pouvant être récompensée par l'obtention d'un label.**

« Il est important de créer les conditions pour favoriser le développement de synergies entre les collectivités territoriales et le monde économique du sport. Les conférences régionales du sport constituent en ce sens un lieu de dialogue pour se connaître favoriser la mise en œuvre d'un projet commun, à travers notamment des offres croisées vers les différents publics »

Frédéric Sanaur, directeur général de l'Agence nationale du Sport

#05 – Une offre de pratique favorisant l’inclusion et la cohésion sociale

De multiples inégalités persistent dans l'accès des individus aux activités physiques et sportives. Qu'ils soient liés à l'âge, au genre, au lieu d'habitation, à la situation socio-professionnelle ou encore au handicap, ces obstacles présents dans l'accès à la pratique limitent la possibilité de généralisation des activités physiques à de plus amples pans de la population. Les Loisirs Sportifs Marchands, en levant un certain nombre de ces freins, participent au développement du sport pour tous et à l'insertion sociale des individus.

UNE IMPLANTATION DANS LES TERRITOIRES CARENCÉS

Lorsqu'on évoque les freins d'accès aux activités sportives, les inégalités géographiques et territoriales reviennent avec insistance. Certains territoires cumulent ainsi les inégalités et présentent une offre sportive partielle et incomplète. C'est le cas des QPV où les individus font face à de multiples obstacles, la faible dotation en équipements sportifs étant l'un des plus marquants. **Les Loisirs Sportifs Marchands peuvent palier ce déficit en s'implantant proche des territoires carencés et en allant auprès des publics défavorisés.**

L'exemple de l'entreprise Le Five est emblématique ! La moitié des installations du groupe est présente au sein de Quartiers Prioritaires de la Ville, offrant de nouvelles possibilités de pratique aux individus localement. Le Five contribue également à dynamiser l'activité du territoire dans lequel il s'implante, 80% des salariés des centres sportifs étant recrutés localement au moment de l'implantation. **Les Loisirs Sportifs Marchands sont par conséquent synonymes d'insertion sociale, comptant actuellement plus de 70 000 salariés.**

Afin de rendre la pratique sportive accessible à toutes et tous, et notamment ceux qui en sont le plus éloignés, Basic-Fit a complété son offre indoor par une offre outdoor. L'entreprise développe ainsi des équipements sportifs de proximité dans les communes urbaines et rurales, qui se concrétise par des partenariats avec les collectivités et avec l'association Sport dans la ville. Leur engagement au service du développement des pratiques permet de répondre au double enjeu d'améliorer le taux d'équipements sportifs de proximité sur le territoire et de développer les occasions de bouger plus pour les Françaises et Français.

UN SUIVI PERSONNALISÉ ET ADAPTÉ

D'autres préoccupations, émanant des pratiquants et visant à la pratique pour tous, sont également prises en compte au sein des structures marchandes. Le regard de l'autre, qui peut être un important frein à la pratique sportive, pousse les établissements à imaginer de nouvelles modalités de pratique. En découlent différents « dispositifs » tels que l'organisation de séances par groupe de niveau, le suivi individualisé, l'organisation de séances réservées aux femmes ou encore l'absence de miroirs dans certaines salles de sport.

UNE OFFRE LUDIQUE ET INTERGÉNÉRATIONNELLE

Dans une volonté de répondre aux envies de chaque pratiquant, certains établissements développent en outre des activités sportives pouvant être réalisées en famille. **La dimension ludique est centrale dans ce type d'activité et permet à différentes générations de se retrouver autour d'activités physiques adaptées.**



#06 – Un secteur naturellement engagé dans la transition écologique

Les entreprises des Loisirs Sportifs Marchands sont pleinement conscientes des enjeux environnementaux et s’engagent pour maîtriser et réduire l’impact écologique de leurs activités. Pour certains de ces acteurs, cette démarche est à l’œuvre depuis plusieurs années, entre appels à projets, R&D en matière d’économie verte et mise en place de solutions concrètes.

Les acteurs de la filière exploitent, par exemple, les espaces urbains publics et privés inutilisés ou peu fréquentés. Ils développent des équipements s’intégrant dans l’environnement local et utilisent des matériaux recyclés pour favoriser une conception durable des équipements.

Elancia a élaboré une démarche RSE pour réduire sa consommation énergétique. L’ensemble des structures Elancia sont dotées d’équipements éco-responsables (LED, douche, …). Cette mesure a permis de réduire les coûts énergétiques et l’impact carbone.

Les acteurs s’engagent en outre dans des actions solidaires au profit de la cause environnementale.

Dans le cadre du GreenFriday, Blockout a reversé un pourcentage de son chiffre d’affaires à l’association Greenspit, qui intervient dans la préservation des sites d’escalade naturels. Cette démarche vertueuse avait pour objectif de sensibiliser les grimpeurs et grimpeuses au respect de l’environnement et aux bonnes pratiques de l’escalade en pleine nature.

« Nous venons d’inaugurer « Castalia » à Maurepas (78), un équipement conçu avant la crise de l’énergie et qui répond à notre conviction prioritaire de limiter l’impact environnemental de nos établissements.

Récupération de l’eau, production de chaleur, déshumidification thermodynamique, récupération de calories partout où c’est possible, choix des matériaux, éclairage 100 % LED et variateurs de débit pour les pompes...

Résultat au bout de 6 mois, des consommations d’énergie 25% plus faibles que prévu initialement. »

Gilles Sergent, président du groupe RECREA

#07 – Quelles perspectives de développement pour le secteur des Loisirs Sportifs Marchands ?

Les Loisirs Sportifs Marchands rencontrent encore de trop nombreux freins à son développement en France, notamment au niveau fiscal. Pour lever ces freins et contribuer au développement de la filière, les acteurs se mobilisent autour de trois axes majeurs :

Axe 1 – Pour une reconnaissance fiscale des Loisirs Sportifs Marchands

- **Proposition n°1** : assujettir l’accès aux établissements de Loisirs Sportifs Marchands à un taux réduit de TVA de 10%.

- **Proposition n°2** : indexer les taxes locales d’urbanisme (taxe d’aménagement et taxe pour création de bureaux) sur le ratio de rentabilité économique des Loisirs Sportifs Marchands.

- **Proposition n°2 bis** : exclure la partie sportive du champ d’application de ces taxes locales d’urbanisme en ne conservant que la partie boutique (taxer uniquement les surfaces où des actes de commerce se déroulent à savoir les « Sports Bar »).

Axe 2 – Pour une reconnaissance administrative et médicale des Loisirs Sportifs Marchands

- **Proposition n°3** : créer une section spécifique 93-13 dans la nomenclature NAF aux Loisirs Sportifs Marchands.

- **Proposition n°4** : généraliser la prise en charge par les mutuelles des prescriptions médicales liées à l’activité physique et sportive.

A cet égard, les acteurs des Loisirs Sportifs Marchands soutiennent la prescription médicale de l’activité physique par les médecins ainsi que la prise en charge par les mutuelles de l’activité physique adaptée et des activités « bien-être ». Celles-ci sont pratiquées et développées, au sein de leurs établissements, à titre préventif et visent à changer les comportements sédentaires et ainsi encourager une activité physique et sportive suffisante à tout âge de la vie.

- **Proposition n°5** : participer aux côtés des maisons Sport-santé au recensement des solutions de proximité présentes sur le territoire, pour favoriser une pratique durable et en autonomie du plus grand nombre de français. Les acteurs des Loisirs Sportifs Marchands offrent des solutions

pour faciliter la mise en œuvre des actions sport/ santé.

Axe 3 – Pour un renforcement du rôle des Loisirs Sportifs Marchands dans les politiques de la ville, auprès des collectivités locales et des acteurs associatifs

- **Proposition n°6** : valoriser les activités et les territoires sportifs durables avec la création d'un label « Destinations de tourisme sportif d'excellence » favorisant en son sein le recensement des offres « indoor » et « outdoor » proposées par nos entreprises

- **Proposition n°7** : inclure les Loisirs Sportifs Marchands et leurs offres dans l'héritage des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, pour favoriser la mise en mouvement du plus grand nombre de français, notamment auprès des publics les plus éloignés de la pratique.

Les acteurs des Loisirs Sportifs Marchands participent pleinement à l'objectif des 3 millions de pratiquants supplémentaires souhaités par le président de la République d'ici 2024.

- **Proposition n°8** : soutenir l'accès des Loisirs Sportifs Marchands aux dispositifs nationaux destinés à développer les équipements ludiques et sportifs sur le territoire ou à encourager la pratique auprès des Français.





CONTACT

Damien Jacquart,
Responsable du marketing et du développement

01.47.31.56.23 // 06.61.61.64.11

damien.jacquart@unionsportcycle.com

www.unionsportcycle.com

33/35 rue Nungesser et Coli
75016 Paris

