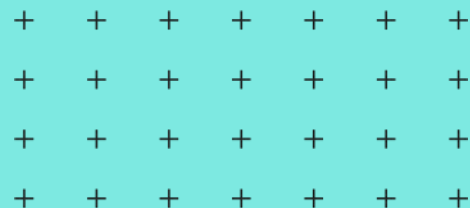


ABOVE+
BEYOND



LE FUTUR DU SPORT



GRANDES TENDANCES D'ICI À 2035

10 TENDANCES POUR COMPRENDRE LES MUTATIONS DU SPORT À L'HORIZON 2035

Le sport ne se résume plus à l'exercice. Il devient une culture, un lieu, un soin, un refuge, une forme d'expression, un levier politique, une scène. Il épouse les aspirations contemporaines — solitude, recherche de maîtrise, besoin d'ancrage ou d'élévation — tout en portant les paradoxes de notre époque : explosion des pratiques... et montée de la sédentarité.

Cette étude décrypte 10 tendances clés, issues du terrain, des signaux faibles et des dynamiques industrielles. Elle éclaire autant ce que les gens font avec leur corps... que ce que nos sociétés font du sport.

10 CONSTATS CLÉS

1. Le plein air s'urbanise. Le sport nature se pratique désormais dans la ville, sur les toits, dans les friches ou les berges réinventées.
2. La technologie ne sert plus la performance, mais l'autonomie. Prévention, récupération, longévité, sécurité : l'âge est un marché.
3. Le sport soigne. De plus en plus de pratiques visent l'équilibre émotionnel, la régulation mentale, le soin de soi.
4. La lenteur est un luxe. Itinérance, aventure douce, désynchronisation : faire moins mais mieux.
5. Faire ensemble. Le sport devient prétexte à communauté, clan, socialisation physique dans un monde hyperconnecté.
6. Vers un sport plus inclusif ? Genre, âge, revenus, capital culturel : les lignes bougent, mais restent fragiles.
7. Limiter, c'est préserver. Quotas, réservation, design d'accès : la régulation devient désirable.

8. Bouger pour vivre plus longtemps. La longévité active s'impose comme une aspiration culturelle et une urgence politique.
9. Culture-sport : la fusion. Danse, parkour, ride : les jeunes générations créent leurs propres disciplines, narratives, valeurs.
10. Réparer. Réutiliser. Réduire. L'économie circulaire s'installe dans les équipements, entre textile technique et seconde main.

MARCHÉS & ENJEUX

- **31 %** d'adultes dans le monde sont **inactifs**. En 2030, on atteindrait **35 %** (source : McKinsey, 2025).
- Les actifs... le sont de plus en plus : hyper-routines, quantification, identité "fit".
- **1,8 milliard d'adultes** dans le monde sont sous les recommandations OMS : une **opportunité colossale** pour les marques, les territoires, les politiques publiques.

3 LEVIERS POUR LES DÉCIDEURS

1. **Transformer les lieux** : salles, friches, espaces publics → en tiers-lieux hybrides avec F&B, contenus, services.
2. **Réguler pour mieux accueillir** : quotas, réservation, design d'accès → au service de la qualité et de l'écologie.
3. **Passer du produit à la pratique** : penser en expériences, routines, émotions, durées de vie... pas seulement en équipements.

« Le mouvement est la langue secrète
par laquelle le futur murmure à notre corps. »

RÉVEILLER LE MOUVEMENT

En 2025, faire du sport n'est plus un simple loisir.
C'est un langage. Un manifeste.
Une **mise en mouvement du monde**.

Des gymnases urbains aux crêtes inviolées, des datas biométriques aux danses improvisées, le sport entre dans une ère d'expressivité totale : sensible, technologique, inclusive, réparatrice. Il questionne notre rapport au corps, au temps, au vivant — et trace déjà les grandes lignes d'un nouvel imaginaire collectif.

Cette étude n'est pas un exercice de prospective comme un autre. C'est une **invitation à décaler notre regard et à comprendre nos pratiques sportives** : pourquoi bouge-t-on ? comment ? avec qui ?

Elle mêle observations de terrain, signaux faibles et études de cas inspirantes pour **cartographier les dix tendances** qui dessinent les pratiques sportives à l'horizon 2035 : l'athlète augmenté, la créativité motrice, la compétition immersive, l'inclusivité assumée ou encore la performance lente.

Un **contre-champ** vient également **questionner ces lignes de force** : il explore ce que les tendances laissent dans l'ombre, interroge les angles morts, et redonne leur place aux tensions, aux paradoxes, aux zones grises — indispensables à toute vision lucide du futur.

Car l'avenir du sport ne se lit pas seulement dans les courbes de croissance ou les records battus. Il se ressent dans chaque respiration partagée, chaque geste qui réconcilie l'humain avec la planète et avec lui-même.

Le mouvement, plus que jamais, est un acte de sens.
Et c'est ici que commence son prochain chapitre.

Armelle Solelhac
PDG de SWITCH et ABOVE & BEYOND



© Austin Chan

ETAT DES LIEUX



CONTEXTE, CHIFFRES CLÉS & ENJEUX

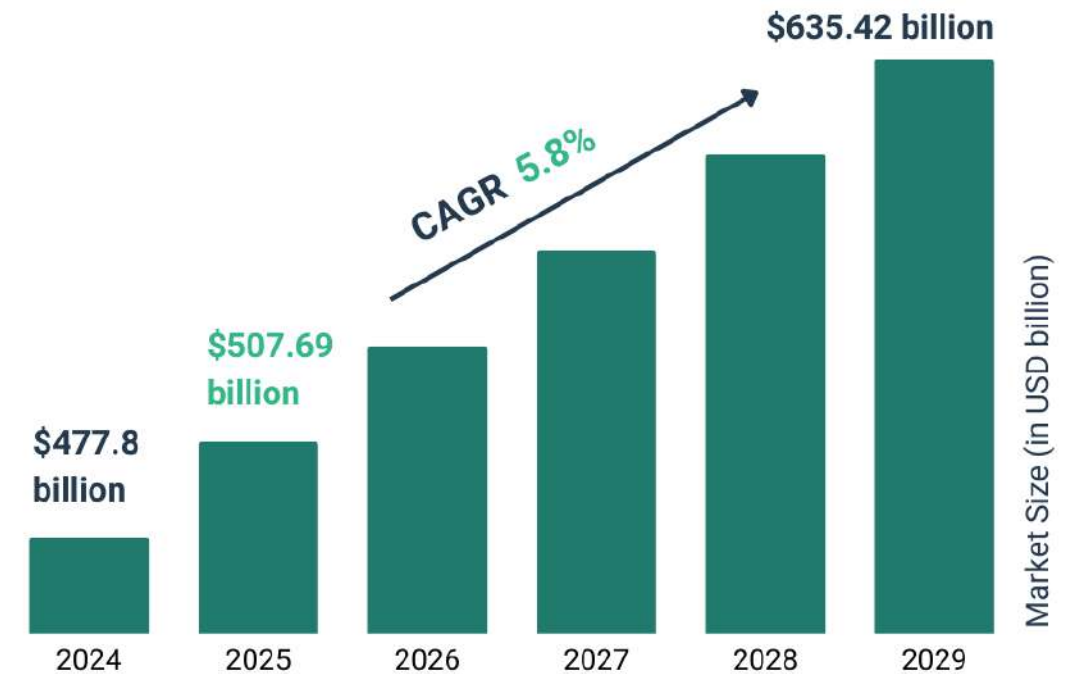
06

CONTEXTE

Selon les sources, le sport à l'échelle mondiale représente **700 milliards US\$** ("Noyau dur" du secteur : organisation d'événements, droits TV, sponsoring, paris sportifs, articles de sport, licences et infrastructures) à **2 650 milliards US\$** (Chaîne de valeur complète : retail & mode athleisure, tech sportive, construction d'équipements, paris en ligne, bien-être et sport santé, hospitalité autour des grands événements, etc.), soit **1 à 3% du PIB mondial**.

En tout état de cause, selon le [Sports Global Market Report](#) publié en janvier 2025 par [The Business Research Company](#), la taille du marché du sport a **fortement augmenté ces dernières années**. Elle passerait – dans sa définition la plus stricte : articles de sport, événements, licences et infrastructures – de 477,8 milliards de dollars en 2024 à **507,69 milliards de dollars en 2025**, avec un taux de croissance annuel composé (TCAC) de **6,3 %**. Cette augmentation sur la période historique s'explique par la forte croissance économique des marchés émergents, l'essor rapide du commerce électronique, l'urbanisation accélérée, l'apparition de multiples chaînes sportives et des investissements élevés en sponsoring.

L'**augmentation des revenus disponibles**, une **plus grande conscience des enjeux de santé**, ainsi que la **popularité grandissante des événements sportifs** organisés ont contribué à renforcer cet engouement. Les infrastructures sportives — comme les stades et les gymnases — sont de plus en plus demandées en raison de l'intérêt accru des individus pour la pratique d'activités physiques. Ainsi, l'intérêt croissant des populations pour le sport à l'échelle mondiale contribue directement à la croissance du marché du sport.



SPORTS GLOBAL MARKET REPORT 2025
SOURCE : THE BUSINESS RESEARCH COMPANY, JAN. 2025

PRÉVISIONS POUR LE MARCHÉ DU SPORT

Toujours selon le [Sports Global Market Report](#) publié en janvier 2025 par [The Business Research Company](#), la taille du marché du sport dans sa composition la plus restreinte devrait **continuer à croître fortement** au cours des prochaines années. Elle atteindra **635,42 milliards de dollars en 2029**, avec un taux de croissance annuel composé (TCAC) de **5,8 %**. Cette croissance attendue s'explique par la hausse du nombre d'appareils connectés à Internet, les initiatives gouvernementales favorables et l'essor du tourisme sportif.

Les principales tendances prévues pour cette période incluent :

- l'adoption croissante de la réalité augmentée (AR) et de la réalité virtuelle (VR),
- le lancement d'applications de streaming sportif,
- l'adoption de technologies sans contact,
- la billetterie mobile,
- une attention accrue portée aux utilisateurs de réseaux sociaux,
- l'utilisation du *yield management* et du *dynamic pricing* pour fixer le prix des billets,
- des formats d'entraînement combinés pour améliorer la performance physique,

- des applications mobiles d'entraînement,
- l'usage de la technologie pour améliorer l'expérience des skieurs,
- l'engagement personnalisé des fans,
- la fusion entre sport et divertissement,
- l'évolution du sponsoring vers des partenariats,
- la responsabilité sociale des entreprises (RSE) et la durabilité,
- le ciblage de différents groupes démographiques,
- l'utilisation de la technologie dans les salles de bowling et la combinaison du bowling avec d'autres activités.

UN PARADOXE EN MOUVEMENT : EXPLOSION DES PRATIQUES VISIBLES, MAIS STAGNATION DE L'ACTIVITÉ RÉELLE

Si le marché du sport mondial connaît une croissance spectaculaire — infrastructures, équipements, nouvelles disciplines, plateformes tech —, une **ligne de fracture silencieuse** persiste : la **sédentarité progresse**, partout, et parfois plus vite que les usages neufs ne s’ancrent.

Selon l’OMS, **31 % des adultes dans le monde étaient considérés comme inactifs en 2022**. D’ici 2030, ce chiffre pourrait atteindre **35 %**. Ce sont **1,8 milliard de personnes** qui n’atteignent pas les seuils d’activité physique recommandés, c’est-à-dire qu’ils ne respectent pas les recommandations mondiales préconisant au moins 150 minutes d’activité physique d’intensité modérée par semaine.

À l’échelle mondiale, il existe des différences notables d’âge et de sexe dans les niveaux d’inactivité physique :

- Les femmes sont moins actives que les hommes de 5 points de pourcentage en moyenne. Cela n’a pas changé depuis 2000.
- Après 60 ans, les niveaux d’inactivité physique augmentent chez les hommes et chez les femmes.
- 81 % des adolescents (âgés de 11 à 17 ans) étaient physiquement inactifs.
- Les adolescentes étaient moins actives que les garçons : 84 % d’entre elles (contre 78 % des adolescents) ne satisfont pas aux lignes directrices de l’OMS.

À l’échelle mondiale, l’inactivité physique devrait coûter environ 300 milliards USD (soit quelque 27 milliards USD par an) aux systèmes de santé publics sur la période 2020-2030, si l’on ne parvient pas à la réduire.

Et pourtant, dans le même temps, les “super-actifs” — sportifs réguliers, pluriactifs, connectés, ritualisés — s’entraînent **de plus en plus souvent, plus intensément, plus quantitativement**.

Ce double mouvement soulève un **paradoxe central** : **l’essor du sport ne freine pas l’inactivité. Il peut même la masquer**. Ce décalage n’est pas qu’un enjeu de santé publique : il touche à l’urbanisme, au temps libre, à l’accès social à la pratique, au rapport au corps, à la fabrique de l’identité — et appelle une action globale, systémique, à la hauteur du problème.

Année	% adultes inactifs (projection OMS)	Fréquence moyenne hebdo des actifs réguliers
2015	28%	2,3 séances / semaine
2020	30%	2,8 séances / semaine
2022	31%	3,2 séances / semaine
2025 (est.)	33%	3,6 séances / semaine
2030 (proj.)	35%	4+ séances / semaine

SPORT & PRÉVENTION SANTÉ

Un enjeu structurel, ignoré par le court terme

Le sport n'est pas seulement une affaire de loisirs ou de performances individuelles. C'est une **infrastructure invisible de santé publique**.

Chaque séance de marche rapide, de vélo, de yoga ou de musculation douce diminue la probabilité d'une maladie chronique, d'un accident vasculaire, d'une chute ou d'un isolement.

Chaque routine régulière retarde l'entrée dans la dépendance, améliore le moral, réduit l'absentéisme, renforce l'immunité, économise des soins. **Chaque corps actif est un amortisseur de coûts futurs.**

En d'autres termes :

Le sport est une politique de long terme.

Et pourtant, dans la majorité des pays, il reste traité comme une **dépense optionnelle** — culturelle ou événementielle — et non comme un **levier stratégique de prévention**.

Le **court-termisme électoral**, l'**invisibilité des gains différés** et le **saucissonnage des compétences** (sport, santé, urbanisme, éducation) empêchent la mise en œuvre de politiques durables, à l'échelle.

Une équation mal posée

COURT TERME	LONG TERME
Organisation d'événements ponctuels	Structuration de la pratique régulière
Subvention de clubs ou grands shows	Aménagement actif du territoire
Communication incitative	Éducation corporelle à vie
Budgets par année glissante	Impacts mesurables à 10, 20, 30 ans

Ce qu'il faudrait aligner

- Urbanisme + santé + sport dans des **politiques de prévention intégrées**
- Remboursements ou incitations au sport sur ordonnance
- Financement massif du **quotidien actif** : trottoirs, escaliers, lumière, accès équipements
- Campagnes sur les **bénéfices différés** : bouger à 20 ans, c'est mieux vieillir à 60.

Le sport devrait être un **service public du futur**, au même titre que l'eau, l'énergie ou la santé. Mais pour cela, **il faut sortir de l'urgence — et penser à l'échelle d'une génération.**

GRANDS ENJEUX DU SPORT EN 2025

1. Enjeux économiques et résilience face aux crises

Malgré tensions commerciales et hausse des coûts (tarifs, infrastructures), le secteur sportif reste attractif pour les investisseurs en raison de sa stabilité financière. Cependant, la flambée des coûts d'équipement (par ex. sports pour jeunes) pose des défis en termes d'accessibilité, notamment pour les familles modestes.

2. Inclusion, équité et sécurité

La lutte contre les violences sexuelles et sexistes dans le sport continue à franchir des étapes cruciales, avec des mesures de prévention et des renforcements légaux. Les domaines du sport féminin et de l'e-sport se développent, soulevant des questions d'égalité, de reconnaissance et de responsabilité sociale.

3. Durabilité et responsabilité environnementale

L'essor du label *Fair Play For Planet*, et l'intérêt croissant pour les pratiques durables (écoconception, gestion des déchets, mobilités douces) montrent que la transition écologique est désormais un enjeu central.

4. Innovation technologique et performance

Les technologies comme les jumeaux numériques, l'*analytics* en temps réel, l'intelligence artificielle et les *wearables* transforment la préparation, l'entraînement, la gestion des performances et l'arbitrage. VR, AR, et *immersive analytics* enrichissent la pratique sportive et l'engagement des fans.



© ENGİN AKYURT

QUELLES SONT LES TENDANCES POUR LE SPORT D'ICI À 2035 ?



© Maldives, Syd Sujuaan



+ +

Cette étude propose une exploration des grandes tendances qui redessinent l'avenir du sport à l'horizon 2035. Il convient toutefois de signaler **deux biais assumés** dans notre approche :

Un ancrage fort dans le sport outdoor

Ce biais s'explique par deux facteurs :

- d’une part, l’expertise spécifique de l’auteur, qui cultive depuis près de vingt ans une connaissance approfondie des environnements de pleine nature et des usages qui s’y développent ;
- d’autre part, le choix méthodologique d’ancrer la recherche sur le terrain, dans des espaces particulièrement propices aux activités sportives en extérieur et largement fréquentées par des pratiquants engagés, curieux et parfois pionniers.

Ce choix n'est ni neutre, ni fortuit. Il reflète une conviction croissante — étayée par nos observations de terrain et notre veille internationale — que la nature redeviendra un terrain central d'expression sportive, à la croisée de la santé, du bien-être, de la quête de sens et des enjeux écologiques. Cette orientation répond aussi aux mutations sociétales profondes : urbanisation galopante, fatigue numérique, aspiration au grand air et revalorisation du corps en mouvement dans des environnements vivants.



© JÄÄKIRKKOVUORI (FINLANDE), TOM BRUNBERG

SITUER LES MUTATIONS DU SPORT

14

ESPACES NATURELS

Forêts, montagnes, lacs, sentiers, rues, plages, etc.

#7 REGENERATION READY
Le sport nature sous contraintes écologiques : quotas, sobriété, réparabilité. Vers une pratique responsable, intégrée aux enjeux de biodiversité et de régulation des milieux.

#1 WILD IS THE NEW GYM
La nature comme salle de sport. Running, yoga, trail, surf, grimpe, danse libre — en forêt, sur les toits ou au bord d'un fleuve. Le corps comme interface directe avec le vivant.

#4 SLOW PERFORMANCE
Loin du chrono, des logiques d'itinérance, de lenteur, d'aventure douce et de décélération. Le sport se cale sur les rythmes du vivant.

#6 ASCENSION INCLUSIVE
Vers des pratiques plus accessibles, plus mixtes, plus intergénérationnelles. Genre, âge, statut, mobilité : la ligne d'arrivée se veut ouverte.

#5 DU « ME TIME » AU « WE TIME »
Le sport comme lien social : communautés affinitaires, clubs d'entraînement, rituels collectifs. Une réponse physique à la solitude numérique.

#8 LONGÉVITÉ ACTIVE
Sport comme assurance vie : autonomie, mobilité, prévention. Pour continuer à marcher, grimper, danser. Bien et longtemps.

#3 MOVE FOR MOOD
Le corps comme outil de régulation mentale. Pratiques sensorielles, rituels de soin, auto-médication douce. Sport + neuro + nutrition + bien-être.

#2 SPORT & TECH
Capteurs, coaching augmenté, exo-assistance, performance cognitive. La technologie accompagne l'effort, mesure, guide et amplifie.

#9 CREATIVE MOVEMENT
Du street art au sport-scène. Danse, parkour, breaking, wings, ride : ce que les jeunes créent finit aux JO. Le sport devient culture visuelle.

#10 GEAR FOR GOOD
Une nouvelle grammaire de l'équipement : réemploi, réparation, modularité, économie circulaire. La planète comme brief produit.

CONSOMMER

Observer, soutenir, interagir, expérimenter le sport comme contenu ou événement.

PRATIQUER

Faire soi-même, corporellement, activement.

TIERS LIEUX HYBRIDES

Clubs, salles, studios, complexes, malls du sport, arènes augmentées, etc.

Pour faciliter l'analyse des 10 tendances pour le futur du sport d'ici à 2035, voici une cartographie permettant de situer chacune d'entre elle dans un écosystème d'usage.

Avant d'explorer les tendances, une distinction s'impose :

- Le **sport formel** désigne toute pratique **organisée, encadrée**, souvent répétée : clubs, salles, fédérations, compétitions, entraînements, cours coachés ou formats digitaux structurés.
- L'**activité physique informelle**, elle, recouvre les gestes du **quotidien actif** : marche, vélo, jeux libres, danse spontanée, jardinage, déplacements à pied, routines personnelles non encadrées.

Ces deux univers **n'obéissent pas aux mêmes logiques** — ni en termes de motivations, d'accès, de temporalité ou d'équipement. Et pourtant, ils coexistent dans les usages réels.

Cette distinction est essentielle pour **comprendre le paradoxe actuel** : alors que les formes visibles et formelles de sport explosent (nouvelles pratiques, lieux, applis, marques), l'**activité physique globale**, elle, **stagne voire recule**, nourrissant une sédentarité structurelle.

C'est aussi un enjeu clé pour les politiques publiques, les opérateurs, les designers d'offre, car on ne **prescrit pas**, ne **finance pas**, ne **raconte pas** le formel comme on active l'informel.



© ROTTERDAM, (PAYS-BAS), ERYK PIOTR MUNK

TENDANCE N°1 WILD IS THE NEW GYM



© Brian Erickson



01 WILD IS THE NEW GYM

17

LA NATURE REDEVIENT UN TERRAIN D'EXPRESSION PHYSIQUE, SOCIALE ET ÉCOLOGIQUE

Et si l'avenir du sport était de sortir, tout simplement ?

Dans un monde hyperconnecté, saturé d'écrans, de stress et de surfaces bitumées, le sport outdoor redevient un besoin vital. Non plus un simple loisir, mais un retour au vivant, à la terre, à l'air, à l'eau. Courir, marcher, glisser, flotter, grimper : chaque mouvement dans la nature devient un acte de libération — physique, mentale, écologique. Du trail au snorkeling, du gravel au cold dipping, des forêts aux fonds marins, l'exercice s'extériorise pour mieux reconnecter.

Selon l'association [Outdoor Sports Valley](#), 64 % des Français considèrent aujourd'hui la pratique de sports de plein air comme essentielle à leur équilibre de vie. Chez les 18-35 ans, le chiffre grimpe à 72 %. Dans le même temps, les ventes de matériel outdoor explosent : +40 % pour les chaussures de trail entre 2020 et 2024, +65 % pour les combinaisons de nage en eau libre. Le corps s'émancipe de la salle pour épouser les reliefs du monde.

Le besoin de **reconnexion au vivant** se double donc d'un désir de **déconnexion profonde**. Pratiquer dehors, c'est sortir des flux. C'est retrouver une forme de silence mental, un rythme biologique, une respiration. Ce n'est pas seulement l'envie de nature. C'est une **hygiène attentionnelle**, un **acte de résistance douce** face au trop-plein d'écran, de planning, de pression. Le sport outdoor devient ainsi un **geste écologique** intérieur — une manière de réaccorder le corps et l'esprit à un monde tangible.



MARY ASHLEY KROGH AU GLACIER ROOT
© OWEN CHIKAZAWA [@BOUND.FOR.NOWHERE](#)

01 WILD IS THE NEW GYM

18

LA NATURE REDEVIENT UN TERRAIN D'EXPRESSION PHYSIQUE, SOCIALE ET ÉCOLOGIQUE

La nature comme salle de sport à ciel ouvert

La crise sanitaire a accéléré cette réinvention : les sentiers sont devenus des lignes de fuite, les parcs des salles d'entraînement, les plages des zones de rééducation. Mais cette tendance s'ancre plus profondément dans une mutation culturelle. À rebours du fitness automatisé, de la performance standardisée, le sport outdoor valorise l'écoute du corps, la variabilité du terrain, la beauté du paysage. C'est un sport organique, sensible, irrégulier, émotionnel.

Les collectifs comme « Le Bivouac » (France) ou « [Outdoor Afro](#) » (USA) promeuvent des communautés sportives inclusives et respectueuses de l'environnement. Des villes comme Copenhague, Bordeaux ou Portland réorganisent leurs parcs urbains pour y accueillir des parcours de santé, des zones de street workout, des baignades naturelles. L'espace public devient un terrain d'expression physique partagé.



© ORCA

01 WILD IS THE NEW GYM

19

LA NATURE REDEVIENT UN TERRAIN D'EXPRESSION PHYSIQUE, SOCIALE ET ÉCOLOGIQUE

Wild in the City

Loin des forêts ou des sentiers d'altitude, la nature se réinvente aussi au cœur des métropoles. Toits aménagés pour le yoga, berges de fleuves devenues pistes de running, parcours santé dans les parcs de quartier, skateparks végétalisés, street workout sur mobilier urbain ou escaliers investis au petit matin : l'espace public devient terrain de jeu.

Des initiatives comme [Paris Respire](#), les promenades urbaines de Barcelone, les rooftops actifs de Montréal ou les "active lanes" de Séoul dessinent les contours d'un urbanisme sportif, à ciel ouvert. Le « wild urbain » n'est pas un oxymore : c'est une réinvention des usages du quotidien, une redécouverte du mouvement au plus près de chez soi.



© GHEORGHE CATALIN CRISAN

01 WILD IS THE NEW GYM

20

LA NATURE REDEVIENT UN TERRAIN D'EXPRESSION PHYSIQUE, SOCIALE ET ÉCOLOGIQUE

Inégalités d'accès & leviers de démocratisation

Mais toutes les villes ne se valent pas. Tous les quartiers non plus. Accéder à une pratique outdoor suppose souvent **du temps, de la mobilité, du matériel**, et parfois une **connaissance des codes**. Là où certains courent sur les berges, d'autres peinent à traverser un parc sécurisé. Le coût d'un vélo, d'une paire de chaussures de trail running ou d'un abonnement de transport devient un **filtre social invisible**.

Pour répondre à ces écarts, de nouvelles initiatives émergent : **clubs solidaires, prêts de matériel en bibliothèque, programmes d'initiation en quartier, urbanisme actif** avec installations gratuites. Le sport en plein air, pour devenir une norme partagée, doit aussi devenir un **droit accessible**.



© BRUXELLES (BELGIQUE), MARTINS ZEMLICKIS

01 WILD IS THE NEW GYM

21

LA NATURE REDEVIENT UN TERRAIN D'EXPRESSION PHYSIQUE, SOCIALE ET ÉCOLOGIQUE

L'urbanité sportive : vers une géographie active

C'est en fait tout le territoire qui se transforme. Dans les Alpes, certaines stations de montagne réorientent leur offre vers le « slow outdoor » : randonnée contemplative, itinéraires balisés et sécurisé pour le ski de randonnée, bivouac guidé. En ville, les politiques publiques investissent dans des infrastructures sportives à ciel ouvert : 300 millions d'euros seront alloués par l'État français d'ici 2026 à l'équipement de proximité, dont une majorité dédiée au sport en plein air.

Même les grandes compétitions s'emparent de cette tendance. Le trail devient l'un des sports les plus pratiqués en Europe, avec plus de 3 millions d'adeptes réguliers. Des événements comme l'[EcoTrail de Paris](#), ou la [PTL \(Petite Trotte à Léon\)](#) de l'[Ultra-Trail du Mont-Blanc](#), intègrent des volets écologiques, sociaux et culturels à leur organisation.

Le sport n'est plus déconnecté du monde : il y prend racine.



© [ANGELA NIKOLAU](#)

01 WILD IS THE NEW GYM

22

LA NATURE REDEVIENT UN TERRAIN D'EXPRESSION PHYSIQUE, SOCIALE ET ÉCOLOGIQUE

CE QU'IL FAUT RETENIR

Le sport outdoor n'est pas un simple déplacement d'activité physique vers l'extérieur. C'est une mutation du rapport au corps, à la nature, à l'espace, au collectif. En 2035, bouger en plein air ne sera pas une tendance : ce sera une norme culturelle, un réflexe de santé, une exigence existentielle.

L'enjeu fondamental est l'accès. Les marques, les destinations et les acteurs du sport qui sauront créer des dispositifs adaptés — accessibles, inclusifs, esthétiques, responsables — participeront à ce basculement vers un corps vivant dans un monde vivant.

Le futur du sport s'écrit en grand air... et il commence au coin de la rue !



© RAIMOND KLAVINS

TENDANCE N°2

SPORTxTECH



© Bague OURA



02 SPORTxTECH

24

VERS UNE HYBRIDATION TOTALE : DE L'ENTRAÎNEMENT AUGMENTÉ AU SPORT-SPECTACLE IMMERSIF

Tech de pratique : et si l'humain du futur n'était pas un cyborg, mais un athlète augmenté ?

En 2035, la frontière entre technologie et mouvement aura quasiment disparu. L'équipement sportif devient un véritable poste de pilotage : capteurs biométriques, réalité mixte, tissus intelligents, jumeaux numériques... L'athlète amateur ou professionnel se connecte, s'analyse, s'adapte en temps réel. Le sport entre dans une ère de précision où chaque respiration, chaque impulsion, chaque récupération est optimisée.

Ce n'est plus une montre qui vous donne l'heure, mais un écosystème entier qui suit votre variabilité cardiaque, détecte les micro-blessures, adapte votre sommeil et synchronise vos entraînements.

Le sport devient une science intime, guidée par la donnée.

« Le vrai luxe aujourd'hui, c'est de pouvoir mesurer et comprendre son propre corps. » — Harpreet Sing Rai, CEO de Loop Health & ex-CEO de [Oura](#)



© APRIL LAUGH

VERS UNE HYBRIDATION TOTALE : DE L'ENTRAÎNEMENT AUGMENTÉ AU SPORT-SPECTACLE IMMERSIF

Tech de pratique : la donnée comme carburant de performance

Les wearables deviennent des compagnons d'entraînement essentiels : la [bague Oura](#), les [brassards biceps Humon Hex](#) ou encore les [tenues intelligentes Nadi X](#) (yoga) captent en direct les signaux physiologiques. Ces flux de données sont ensuite traduits en recommandations d'effort, en alertes de stress ou en indicateurs de récupération. Grâce à l'intelligence artificielle, chaque séance devient un programme unique, ajusté minute par minute à l'état réel du corps.

Les sportifs outdoor y trouvent eux aussi leur compte. En trail, les [capteurs Stryd](#) calculent en temps réel la puissance de course selon le relief. La course à pied, le cyclisme ou le ski (en particulier de randonnée) deviennent des disciplines dopées à la géolocalisation, au feedback immédiat et à la prédiction des risques. À terme, les grimpeurs s'équiperont de chaussons connectés pour analyser l'équilibre.



© DMITRII VACCINIUM / INSERT : OURA RING

VERS UNE HYBRIDATION TOTALE : DE L'ENTRAÎNEMENT AUGMENTÉ AU SPORT-SPECTACLE IMMERSIF

Tech de pratique – Focus sur les neurosciences appliquées au sport

Attention, concentration, gestion du stress, temps de réaction : les dernières avancées en neurosciences s'intègrent à la préparation physique.

Des clubs pros et startups testent aujourd'hui des entraînements "**neuro-physiques**" basés sur l'imagerie mentale, la coordination œil-main, le traitement du mouvement et la récupération mentale.

Ces approches pourraient demain s'étendre au grand public, via des apps cognitives couplées à l'effort, ou des protocoles de retour à la performance post-burnout.



© KIT D'ENTRAÎNEMENT LUMINEUX ET SONORE LUMMIC

VERS UNE HYBRIDATION TOTALE : DE L'ENTRAÎNEMENT AUGMENTÉ AU SPORT-SPECTACLE IMMERSIF

Tech de pratique – Focus sur les « Aging Tech » : vers une autonomie prolongée

Aging Tech : vers une autonomie prolongée

Les technologies de pratique visent aussi un nouveau public : les seniors actifs.

- Capteurs de **prévention des chutes**,
- **Guidage d'effort sécurisé**,
- **Monitoring des douleurs chroniques**,
- **Routines de mobilité douce** via apps ou wearables.

La tech devient un **assistant d'autonomie** : elle prolonge les capacités, sécurise l'effort, retarde la dépendance. C'est un marché en forte croissance, car la longévité active devient un enjeu collectif.



© CENTRE FOR AGEING BETTER

VERS UNE HYBRIDATION TOTALE : DE L'ENTRAÎNEMENT AUGMENTÉ AU SPORT-SPECTACLE IMMERSIF

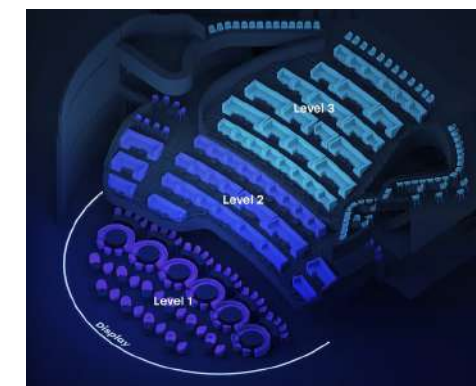
Tech du spectacle et de la consommation : le sport se vit aussi sans transpirer

Les frontières s'effacent entre acteur et spectateur... en même temps que les frontières se brouillent entre réel et virtuel. On assiste à l'émergence d'un "sportainment immersif" : dômes sensoriels, AR/VR in-stadium, fan-experience augmentée, co-workouts avec des pros en temps réel, avatars interactifs, réalité augmentée, parcours gamifiés, coaching immersif.

Des plateformes comme [Playbook](#), [Zwift](#) ou Freeletics proposent des entraînements avec projection 3D dans des univers immersifs. D'autres startups comme Atlas, Future ou [Arena Labs](#) misent sur l'interface cerveau-corps-IA. **Le corps devient contrôleur, l'écran devient coach.**

À Los Angeles, le [COSM Stadium](#) — un dôme immersif 12K, avec son spatialisé et vibration connectée — retransmet les matchs de NFL pour créer des expériences « par empathie sensorielle ». Ainsi, le sport-spectacle ne se regarde plus : **il s'éprouve.**

« Nous entrons dans l'ère du *sportainment* total : un événement doit toucher les cinq sens, sinon il est déjà obsolète. » — Ava Smith, BBC, 22 avril 2024.



VERS UNE HYBRIDATION TOTALE : DE L'ENTRAÎNEMENT AUGMENTÉ AU SPORT-SPECTACLE IMMERSIF

« Tech for Ops » : les coulisses se digitalisent

Au-delà du terrain et de l'écran, la technologie transforme aussi les modèles économiques et l'exploitation des sites :

- **Yield management & dynamic pricing** : ajustement en temps réel des prix selon la météo, la demande, la saison ou l'occupation.
- **Pilotage des flux & access management** : QR codes, capteurs, visualisation prédictive.
- **Réservations / quotas** : limitation intelligente de la fréquentation, design d'expérience.
- **Scénarii IA & data** : modélisation de l'affluence, activation commerciale ciblée, affectation du personnel.



LE YIELD MANAGEMENT ET LA TARIFICATION DYNAMIQUE PEUVENT AIDER À RÉDUIRE LES FILES D'ATTENTE COMME CELLE-CI. © DENVER.CBSLOCAL.COM

TECH FOR OPS : VERS UNE EXPLOITATION AUGMENTÉE, DOPÉ À L'IA

Focus : le yield management dans les domaines de montagne

SITUATION

Depuis une quinzaine d'années sur le marché nord-américain et peu à peu en Europe, de nombreux domaines skiables ont adopté une approche de **yield management** avancée pour leurs forfaits de remontées mécaniques. Mammoth Mountain, Loveland, Snowbird, Verbier, Zermatt, ont généralisé une tarification dynamique, intégrant variables temporelles, météorologiques et comportementales.

OBJECTIF

Réconcilier **attractivité touristique et sportive**, **intérêt économique local** et **protection réelle** du site + Transformer une **contrainte réglementaire** en **expérience positive**.

Faire face à la **double tension** :

- préserver la **rentabilité** dans un contexte de coût opérationnel élevé,
- répondre aux attentes des clients en matière de **qualité d'expérience**, de **durabilité** et de **transparence tarifaire**.

ACTIONS

- Déploiement d'algorithmes de tarification prédictive (intégrant les données météo en temps réel), intégrés à des interfaces utilisateurs claires.
- Mise en place de **plafonds d'occupation journalière**, gérés via réservation obligatoire sur les journées de forte affluence.
- Communication axée sur l'**expérience maîtrisée** (moins d'attente, plus de glisse), combinée à des incitations à la visite hors-pic.
- Utilisation des données pour ajuster le mix client, les ouvertures de pistes, la gestion du personnel, la logistique.

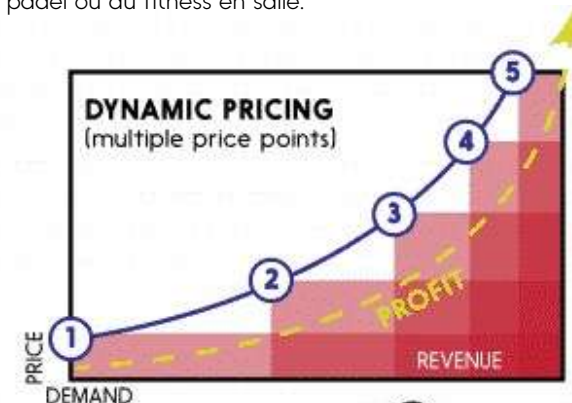
RÉSULTATS

- Hausse significative du **revenu moyen par jour skié**, tout en réduisant l'insatisfaction liée aux files d'attente.
- **Effet de lissage des flux**, notamment grâce à des remises ciblées sur les jours creux.
- Développement d'un **"pricing literacy"** chez les pratiquants, habitués à comparer les prix comme dans l'aérien.
- Modèle en expansion, testé désormais dans le vélo, les parcs d'aventure ou le golf.

ET POUR LES DÉCIDEURS ?

Et si l'on arrêta les prix fixes ?

- Le yield appliqué au sport est **déjà une réalité** dans les modèles les plus avancés.
- Il permet de **fluidifier, rentabiliser, segmenter** — à condition de garantir la **lisibilité** et l'**équité perçue**.
- Il s'applique aussi bien au ski qu'à la grimpe, au padel ou au fitness en salle.



Ces graphiques montrent comment, en utilisant la tarification dynamique, les domaines skiables génèrent plus de revenus qu'en ayant un prix unique. © FEEDOUGH.COM

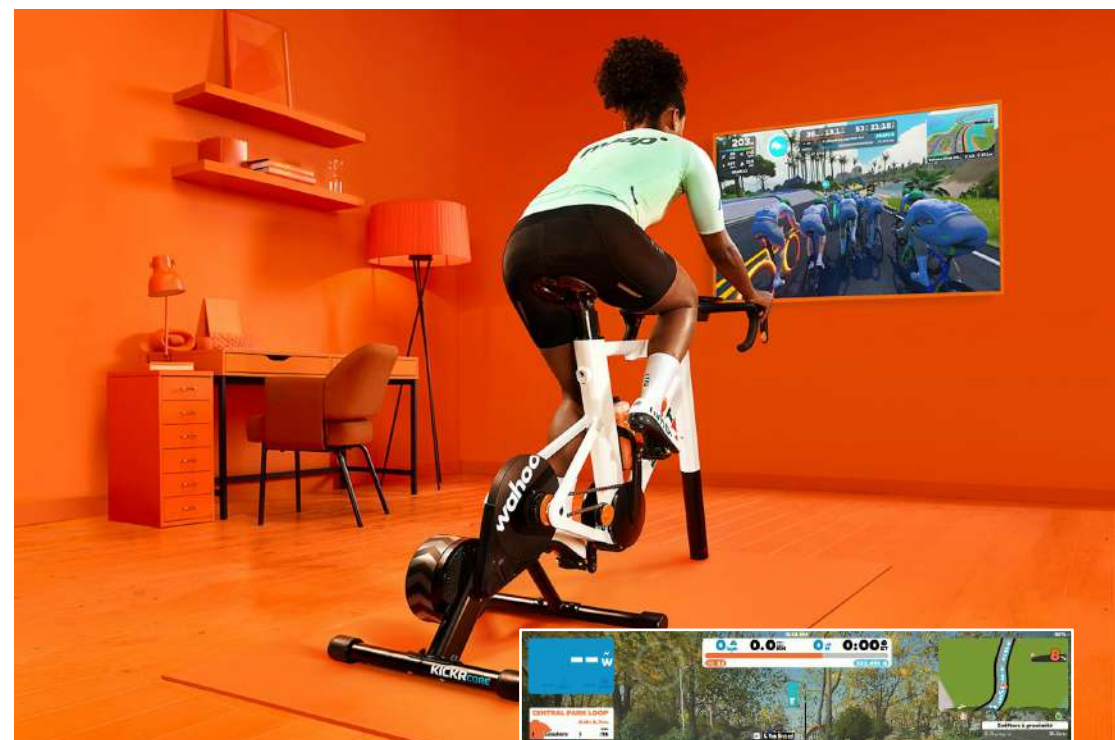
VERS UNE HYBRIDATION TOTALE : DE L'ENTRAÎNEMENT AUGMENTÉ AU SPORT-SPECTACLE IMMERSIF

CE QU'IL FAUT RETENIR

Le sport ne se contente plus de faire bouger : il apprend, s'adapte, corrige, anticipe, régule et sécurise. En 2035, il est un media, un marché, un soin, une donnée. En effet, les pratiquants attendent de leurs équipements qu'ils les comprennent mieux qu'un entraîneur humain. Le corps devient un système d'information et de communication.

Les marques qui sauront allier haute technologie, accessibilité et sensibilité (confort, esthétique, usage en extérieur) créeront une nouvelle génération de produits sportifs hybrides — entre laboratoire et liberté. Le futur du sport s'écrit au croisement des données, de l'intuition... et du terrain.

Le « spectacle sportif » se réinvente comme expérience multi-sensorielle et hybride. Les marques et organisateurs qui réussiront à fusionner compétition, culture et immersion technologique transformeront chaque épreuve en récit collectif, décloisonnant définitivement la frontière entre acteur et spectateur.



© ZWIFT

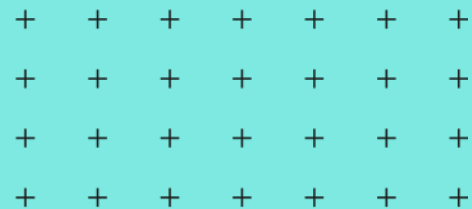


TENDANCE N°3

MOVE FOR MOOD



© Chris Yang



03 MOVE FOR MOOD

33

BOUGER POUR SE SOIGNER, S'APaiser,
SE RECONNECTER À SOI

Le corps ne sert plus seulement à performer. Il devient un outil de réparation, un levier d'équilibre mental, une voie d'accès à la paix intérieure.

Dans un monde saturé de stress, de sollicitations numériques et d'angoisses climatiques, le sport se transforme en antidote. Il n'est plus seulement question de sculpter sa silhouette ou de repousser ses limites, mais d'apaiser ses émotions, de canaliser ses pensées et de renforcer sa santé mentale.

C'est le grand retour du sport comme soin.



© AHMAD ODEH

03 MOVE FOR MOOD

3 4

BOUGER POUR SE SOIGNER, S'APaiser,
SE RECONNECTER À SOI

Quand la transpiration soigne l'âme

Le lien entre activité physique et bien-être mental n'est pas nouveau. Mais il connaît aujourd'hui une intensification inédite. Des études récentes montrent qu'une simple pratique de 15 minutes de marche rapide ou de 10 minutes de yoga peut réduire les niveaux de stress de plus de 30 %. La pandémie de Covid-19 a accéléré cette prise de conscience, en révélant à quel point le mouvement est vital pour l'équilibre intérieur. Depuis, une nouvelle scène sportive émerge, guidée par une seule ambition : aller mieux.

De nouveaux lieux incarnent cette fusion entre soin émotionnel et mouvement. Ainsi, des studios proposent des sessions de "Yoga Cry", où les participants sont invités à relâcher physiquement et émotionnellement leurs tensions ou encore des sessions de « Mood Gym », qui mêlent fitness doux, luminothérapie et art-thérapie. À Los Angeles, "The Class" propose des séances mêlant danse libre, respiration active, visualisation et cris libérateurs.

Partout, le corps devient un canal d'expression psychique.



© NATHAN DUMLAO

03 MOVE FOR MOOD

35

BOUGER POUR SE SOIGNER, S'APAISSER,
SE RECONNECTER À SOI

Focus : The Class, Los Angeles & New York
(USA)

Le fitness comme catharsis émotionnelle

À mi-chemin entre la salle de sport, le cercle de parole et le rituel de guérison, [The Class](#) propose une autre approche du bien-être. Fondé par Taryn Toomey, ces espaces – également accessibles en ligne – dispensent des séances où l'on bouge, transpire, crie, respire et médite en rythme. Ici, **chaque geste a une charge émotionnelle** : sauter pour évacuer la colère, frapper le sol pour libérer une peine, pleurer si besoin. On ne vise ni la silhouette ni la performance : **on cherche la transformation intérieure**.

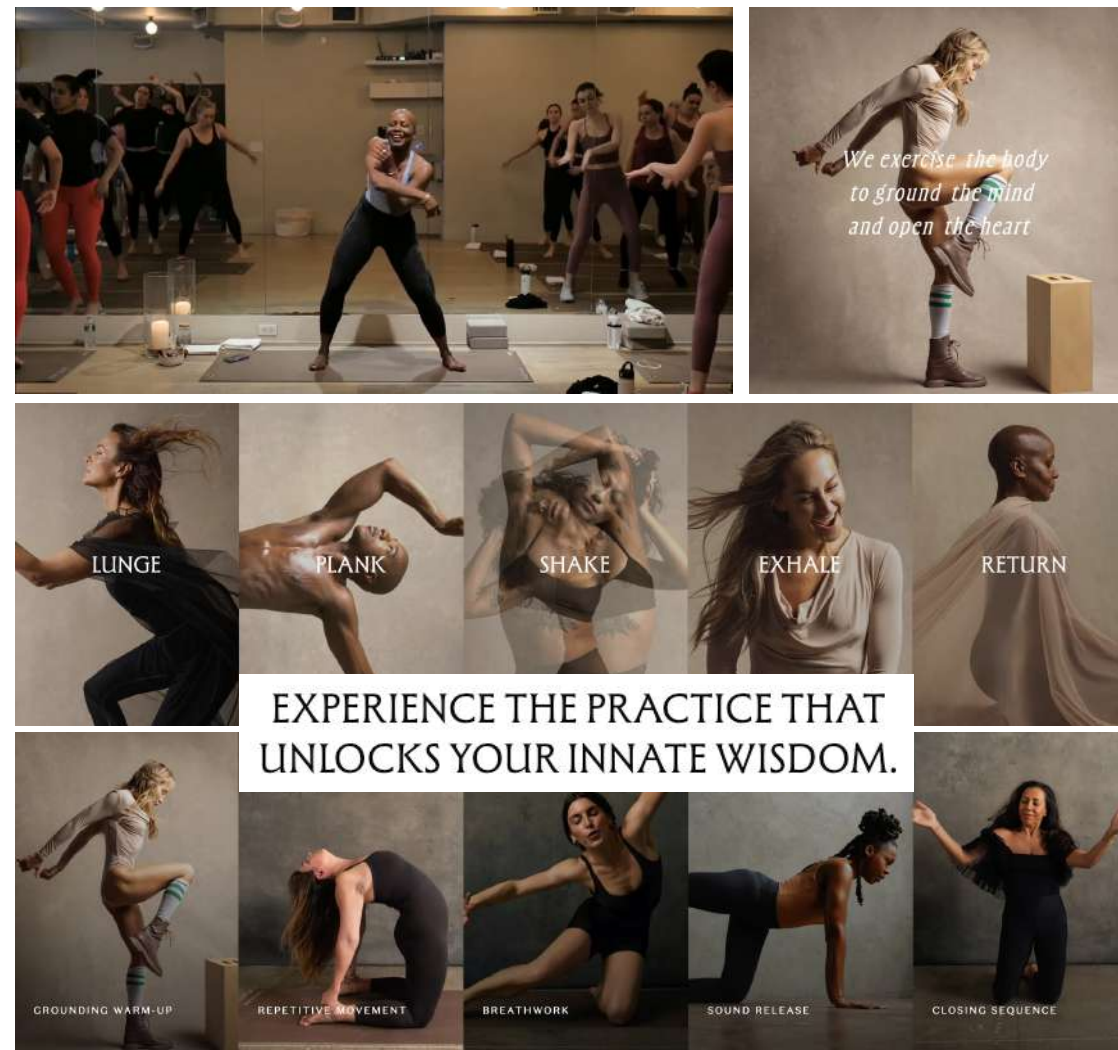
Les cours mêlent cardio, musculation au poids du corps, musique envoûtante et guidance verbale. Les instructeurs — tous formés à la psychologie émotionnelle — scandent des phrases comme « *Laisse sortir ce qui te pèse* » ou « *Écoute ce que ton corps essaie de dire* ».

Résultat : une expérience immersive, parfois bouleversante, où le mouvement devient un exutoire psychocorporel.

The Class ne vend **pas du sport, mais une forme de libération**. Dans un monde de tensions accumulées, c'est une proposition radicale : bouger, pour sentir, pour s'alléger, pour revenir à soi.

Abonnement annuel en 2025 : 400 US\$ + taxes

ABOVE&BEYOND X SWITCH / FUTUR DU SPORT D'ICI À 2035 / NOV. 2025



© [THE CLASS](#), LOS ANGELES

03 MOVE FOR MOOD

36

BOUGER POUR SE SOIGNER, S'APaiser,
SE RECONNECTER À SOI

L'entraînement régénérant : du stress à la
récupération

Une nouvelle approche du mouvement s'impose : moins tournée vers la performance, plus focalisée sur la régulation émotionnelle.

À Annecy, la [Breathing Academy](#) propose des pratiques douces mêlant souffle, yoga et mouvement, axées sur la régulation du stress. Elle organise aussi des sessions de "cold plugging". Ces pratiques visent à restaurer les cycles naturels de stress/récupération, longtemps altérés par les rythmes modernes.

Biohacking doux : réguler sans médicaliser

Inspirées du luxe santé ([Six Senses](#), [Clinique](#) ou encore [La Prairie](#)) et du sport de haut niveau, de nouvelles méthodes de "soft biohacking" émergent. Elles se traduisent par des rituels accessibles : mobilité lente, respiration guidée, exercices d'alignement postural, nutrition adaptogène, sans discours médicalisé. Leur but : moduler naturellement l'humeur, apaiser le mental et optimiser la récupération émotionnelle.



© JASPINDER SING

03 MOVE FOR MOOD

37

BOUGER POUR SE SOIGNER, S'APaiser,
SE RECONNECTER À SOI

L'émotion fabrique la raison

Et si nous avions inversé les rôles ?

Selon des penseurs comme Antonio Damasio (médecin & professeur de neurologie), Lisa Feldman Barrett (professeur de psychologie) ou encore Thomas Metzinger (Philosophe et chercheur en science cognitive), ce ne sont plus les pensées rationnelles qui guident nos décisions... mais nos émotions. **L'émotion ne suit pas la raison — elle la précède, la façonne, la structure.**

C'est ce renversement de perspective qui éclaire l'efficacité croissante des pratiques corporelles "ritualisées" : respiration guidée, froid/chaud, lumière douce, musique immersive. Ces gestes répétés, sensoriels, ancrés dans le corps, permettent de moduler nos états mentaux.

Le sport devient ainsi un code émotionnel, un **langage sans mots** pour remettre de l'ordre dans un monde intérieur saturé. C'est là que réside sa puissance thérapeutique : il organise ce que l'intellect ne parvient plus à réguler.



© JULIANA ARAUJO

03 MOVE FOR MOOD

38
25

BOUGER POUR SE SOIGNER, S'APAISSER,
SE RECONNECTER À SOI

Wellness Social Clubs : club bien-être plutôt que salle de sport

Une autre tendance forte est celle des clubs semi-privés, axés sur le bien-être global. Ils remplacent les salles de sport traditionnelles par des espaces au design soigné, avec lumière tamisée, playlists apaisantes, boissons naturelles, lieux de sociabilité douce. Pas de miroirs, pas de jugement, pas d'objectifs : juste un endroit pour se sentir bien, et se reconnecter à soi et aux autres. Ces lieux incarnent une rupture générationnelle avec l'esthétique du "fitness hardcore".

Elixir Bars : les nouveaux temples du soin sensoriel pour se réénergiser

Cafés à collagène, adaptogènes à la carte, saunas infrarouges, cryothérapie, smoothies anti-cortisol... Les "elixir bars" fleurissent dans les grandes villes du monde, hybridant nutrition, bien-être mental et ambiance multisensorielle. À New York, ["Clean Market"](#) propose des massages et des soins en intra veineuse dans une atmosphère douce et enveloppante. À Paris, le ["48 Collagen Café"](#) mêle soins infrarouges, eau hydrogénée, shots à base de collagène et playlist planante. Ces lieux ne se contentent pas d'offrir des boissons santé : ils orchestrent une expérience réparatrice complète, entre détente et réénergisation. Ils doivent être replacés dans une logique plus globale de modèle économique des lieux de pratique.



© ARC CANARY WHARF ET SON SAUNA POUR 65 PERSONNES, LONDRES (UK)

03 MOVE FOR MOOD

39

BOUGER POUR SE SOIGNER, S'APaiser, SE RECONNECTER À SOI

Focus : Les salles d'escalade et la restauration intégrée

SITUATION

En zone urbaine dense, les salles d'escalade indoor ont connu une croissance rapide. Pour capter durablement les publics, certaines enseignes ont intégré des **bars-restaurants**, parfois avec des terrasses et/ou des espaces de coworking. Le modèle économique bascule alors vers une logique de **tiers-lieu sportif**.

OBJECTIF

Allonger la **durée moyenne de présence** (dwell time), lisser les pics d'affluence, créer des **revenus complémentaires récurrents**, et renforcer la dimension **communautaire**.

ACTIONS

- Ajout d'un espace F&B qualitatif : café au collagène, thé matcha, bières locales, plats chauds sains, brunchs.
- Programmation d'événements : soirées, retransmissions, compétitions internes, afterworks, etc.
- Dispositif de fidélisation croisée : réductions via app, offres combinées grimpe + conso.
- Signalétique et design intégrés pour brouiller les frontières salle/lieu de vie.

RÉSULTATS

- Jusqu'à **40 %** du chiffre d'affaires généré par le F&B dans certaines structures.
- Augmentation du **temps moyen passé sur site** (x1.5 à x2 selon les formats).
- Création d'une **communauté durable** (nombre de visiteurs non-pratiquants en hausse).
- Renforcement de la **résilience économique** via la diversification.

ET POUR LES DÉCIDEURS ?

Le sport comme prétexte, le lieu comme business.

Dans l'escalade, comme ailleurs, l'avenir est au **tiers-lieu sportif**.

Penser en m² utiles, en **temps passé**, en **revenus croisés**.

➔ Le sport n'est plus un silo, mais un **pivot d'expérience hybride**.



© CLIMBING DISTRICT PARIS

03 MOVE FOR MOOD

40

BOUGER POUR SE SOIGNER, S'APaiser,
SE RECONNECTER À SOI

Focus : 48 Collagen Café

Quand le café devient un rituel beauté, entre soin, effort et socialisation

Ouvert à Paris, le [48 Collagen Café](#) propose une expérience inédite : déguster des boissons enrichies en collagène (lattes, cafés, eau hydrogénée, smoothies, shot de collagène) tout en bénéficiant d'un masque pour se régénérer à la lumière LED rouge et d'un environnement pensé pour la détente. Ce **lieu hybride transformant un geste quotidien en rituel nourrissant** le corps, la peau et les sens combine nutrition fonctionnelle et rituels soins, emprunté à l'univers de la cosmétique.

Points forts

- **Synergie esthétique/bien-être** : le café dépasse le simple concept de lieu de distribution de boissons – il devient un espace de soin, où le consommateur prend une pause santé et beauté.
- **Hybridation des usages** : l'alliance du « food & beverage » avec des soins pallie la demande de lieux multisensoriels et bienfaisants.
- **Marketing expérientiel** : la mise en scène du rituel beauté attire une clientèle à la recherche de self-care accessible.



© DONNIA GHEZLANE-LALA/KONBINI // © [48COLLAGENCAFE](#)

03 MOVE FOR MOOD

41

BOUGER POUR SE SOIGNER, S'APAISSER, SE RECONNECTER À SOI

Focus : Hume

Le “social wellness club” nouvelle génération

À Venice Beach, où affluent surfeurs, joggeurs et bodybailleurs, [Hume](#) propose une nouvelle approche du sport, aussi holistique que sociable. Fondé en 2024 par Roger Briggs et Sandy Bole, Hume réunit salle de sport, pratiques de bien-être contemporain et soins physiques dans un espace unique.

Positionnement : le “social wellness club”

- Holisme assumé : Hume fusionne studio fitness (muscu, hot-yoga, pilates, cardio), spa régénératif (massages, acupuncture, caissons d'oxygène) et “elixir bar” proposant jus pressés, collagène lattes et mocktails.
- *Community first* : l'adhésion est limitée à ~100 membres recrutés par cooptation. Objectif : recréer un “village” sportif hautement sélect mais chaleureux
- *No-tech sanctuary* : aucun écran face aux machines ; la déconnexion numérique renforce l'expérience sensorielle.

Expérience spatiale

- Design biophilique & inspirations antiques : sols en liège, volumes ocre, arches organiques et bains de lumière rappellent les palestres romaines ou les hammams marocains.
- Rooftop convivial : café panoramique pour prolonger l'après-séance autour de boissons sans alcool sélectionnées par The New Bar.

Business model

- Membership premium (montant confidentiel) donnant accès illimité à la salle, aux cours et aux équipements “reset”.
- Revenus annexes : boutique “clean supplements”, soins à la carte, événements privatisés et licences futures à New York & Miami.



03 MOVE FOR MOOD

4 2

BOUGER POUR SE SOIGNER, S'APAISSER, SE RECONNECTER À SOI

Focus – Auto-médication & dérives : où sont les lignes rouges ?

Dans un monde saturé de stress, le sport devient pour beaucoup une **forme d'auto-régulation** physique et mentale.

C'est un antidote doux : mieux dormir, se recentrer, calmer l'angoisse, recharger l'humeur.

Mais ce mouvement s'accompagne parfois de **stratégies physiologiques à la limite** :

- **Compléments multiples** (magnésium, créatine, adaptogènes, collagène, protéines),
- **Dopage amateur silencieux** (coup de boost, sèche express, pilules "focus"),
- **Routine "parfaite" devenue rigide**, plus proche de l'obsession que du soin.

Les **seuils de sécurité** sont souvent mal connus :

- surconsommation rénale ou hépatique,
- interactions invisibles entre produits,
- fragilisation hormonale ou psychique.

Ce ne sont pas les substances seules qui posent un problème, mais le **manque d'encadrement, de recul, de régulation**.

Ce qu'il faut défendre :

- Une **pédagogie lucide**, sans stigmatisation,
- Des **professionnels formés** à détecter les excès invisibles,
- Une **ligne claire entre performance et santé**, entre bien-être et auto-prescription hasardeuse.

Le corps n'est pas un laboratoire.

L'auto-médication sportive mérite des garde-fous – pour rester un geste de soin, pas une fuite.



© DAILY NOURI

03 MOVE FOR MOOD

43

BOUGER POUR SE SOIGNER, S'APAISSER,
SE RECONNECTER À SOI

Checklist – Tiers-lieux sportifs

Objectif : créer des espaces hybrides de pratique, de lien et de services

- Mix d'activités (libres, encadrées, événementielles)
- Équipements phygitaux (connectés, immersifs, activables à distance)
- Corner F&B sain & socialisant (jus, bar protéiné, café slow)
- Retail minimal (équipement de base, seconde main, kits de location)
- Services bien-être & santé (ostéo, soins, méditation guidée)
- Données-clés à suivre : **CA/m², taux de retour, dwell time moyen**



03 MOVE FOR MOOD

44

BOUGER POUR SE SOIGNER, S'APAISER,
SE RECONNECTER À SOI

Et demain ?

- Des abonnements couplés sport / soins / nutrition / sommeil ?
- Des assurances santé valorisant les routines émotionnelles ?
- Des mutuelles prescrivant du "mood training" ?
- Des managers RH utilisant le sport comme **levier de climat** au travail ?

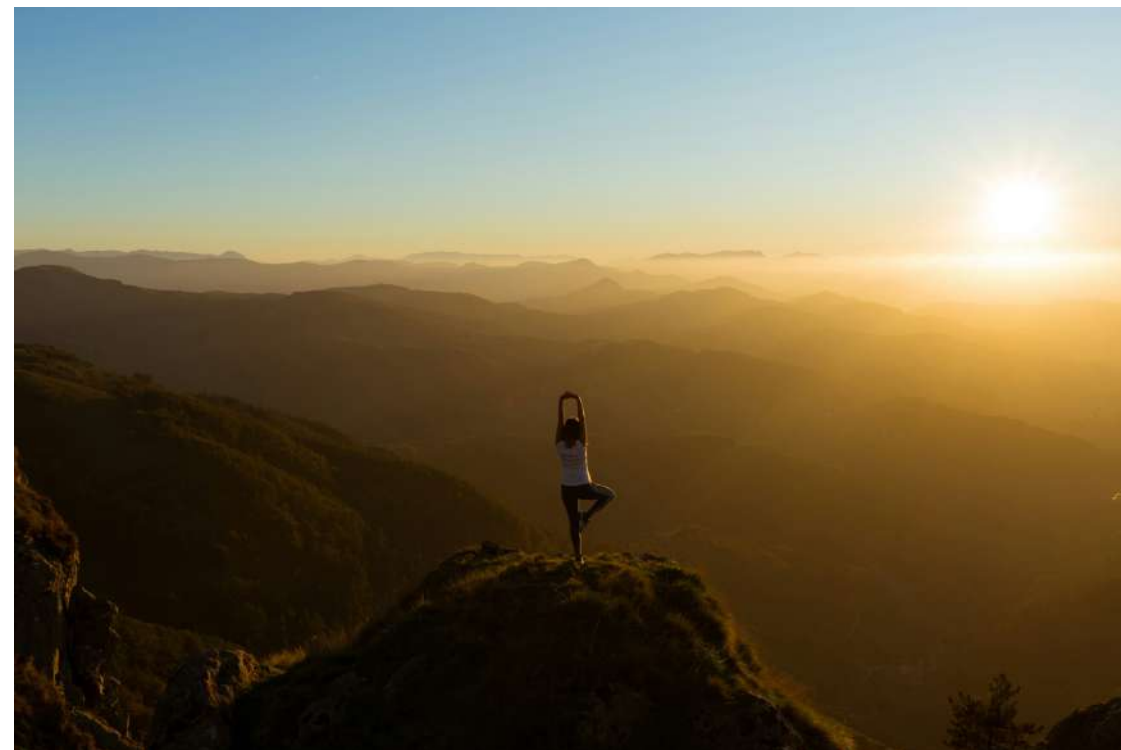
Le sport devient un **outil culturel de résilience**. Un soin invisible, mais de plus en plus vital.

CE QU'IL FAUT RETENIR

Le sport de demain sera **thérapeutique** ou ne sera pas. Il fusionnera soin et mouvement, introspection et action.

Les acteurs du sport et du bien-être qui sauront créer des expériences régénératrices, émotionnellement soutenantes et physiquement libératrices seront en phase avec une demande en plein essor.

La performance n'est plus l'horizon. L'**équilibre intérieur** devient le nouveau Graal.

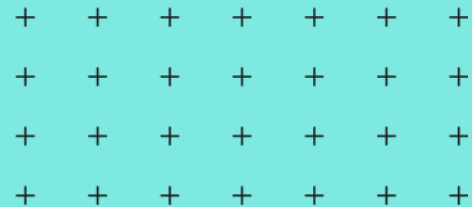


© ENEKO URUNUELA

TENDANCE N°4 AVENTURE DE PROXIMITÉ & SLOW PERFORMANCE



© Marc Wieland



04 AVENTURE DE PROXIMITÉ & SLOW PERFORMANCE

4 6

DU DÉPASSEMENT DE SOI À L'ATTENTION AU MONDE

Et si le vrai luxe, c'était de ralentir ?

En réaction à l'hypercompétition et à l'obsession du dépassement de soi, une nouvelle philosophie émerge : celle d'une pratique plus douce, plus ancrée, plus à l'écoute. Les aventuriers modernes ne cherchent plus à dominer les sommets, mais à habiter pleinement le chemin. La micro-aventure devient l'emblème d'une génération en quête de connexion profonde avec soi, les autres et la nature.



© DENVER (USA), LOGAN WEAVER

04 AVENTURE DE PROXIMITÉ & SLOW PERFORMANCE

47

DU DÉPASSEMENT DE SOI À L'ATTENTION AU MONDE

L'aventure sans filtre, ni chrono

Exit les grandes expéditions spectaculaires, place aux échappées locales, accessibles, modulables. Une nuit sous tente au bord d'un lac, un week-end en gravel dans le Vercors, une balade contemplative... La micro-aventure se pratique partout, tout le temps. Elle rompt avec le mythe du dépassement de soi pour réhabiliter le plaisir simple d'être en mouvement. L'exploit n'est plus d'atteindre un sommet, mais de se rendre présent à soi et au monde.

Ralentir pour mieux se relier

Cette esthétique du ralentissement répond à une soif de déconnexion. Elle permet de s'éloigner de l'hyperconnexion et du rythme imposé des grandes villes. En ralentissant, on fait l'expérience d'une qualité d'attention nouvelle. Le slow sport devient alors un art de vivre : il soigne l'esprit, restaure le lien à la nature, invite au partage. Il est aussi un acte militant : une manière de faire moins mais mieux, de voyager local, de s'ancrer dans son territoire.

Nouvelles pratiques, nouvelles offres

Les acteurs du tourisme sportif s'adaptent à cette évolution. Des agences comme [Chilowé](#) ou [Explora Project](#) développent des formats "low impact, high emotion" : retraites contemplatives, excursions à thème, séjours multi-activités douces. Les destinations touristiques l'ont compris depuis longtemps et promeuvent des alternatives aux activités intensives : randonnée zen et/ou gourmandes, descente de rivière en packraft et bivouac, cabotage à la voile, observation nocturne, immersion sensorielle. Même les marques de sport s'y mettent, avec des campagnes valorisant l'émerveillement plus que l'effort.



© NORDEGG (CANADA), KALEN EMSLEY

04 AVENTURE DE PROXIMITÉ & SLOW PERFORMANCE

48

DU DÉPASSEMENT DE SOI À L'ATTENTION AU MONDE

L'accessibilité, talon d'Achille du slow sport

Le slow ne va pas toujours de soi.

Pour randonner trois jours, encore faut-il du temps libre. Pour bivouaquer, un sac à dos adapté. Pour pédaler, un vélo, et pour partir en micro-aventure, souvent une voiture. Ces pratiques supposées "simples" dissimulent une **économie invisible du loisir lent**, qui reste inaccessible à une partie des publics urbains, jeunes, précaires ou éloignés des espaces naturels.

C'est pourquoi nous proposons un **indice d'accessibilité** à 4 variables :

- 🕒 Temps disponible (week-ends, vacances, rythme de travail)
- 💰 Coût global de la pratique (équipement, transport, nuitées)
- 🚗 Transport vers la zone de pratique (accès direct ou indirect, modes doux)
- 🧰 Équipement nécessaire (volume, technicité, possibilité de location)

Plus ces seuils sont bas, plus l'expérience est démocratisable.

Et pourtant, la majorité des offres "slow" actuelles sont portées par des indépendants, des associations ou des micro-entreprises — à la **rentabilité fragile**, voire symbolique. La lenteur, en économie, ne paie pas toujours.



04 AVENTURE DE PROXIMITÉ & SLOW PERFORMANCE

49

DU DÉPASSEMENT DE SOI À L'ATTENTION AU MONDE

Vers de nouveaux formats économiques : pistes de modèles hybrides à développer

La lenteur ne se monétise pas facilement.

Elle implique moins de flux, moins de rotation, moins de rentabilité immédiate. Elle interroge donc directement les modèles économiques en place.

Face à ce constat, des alternatives émergent. Elles cherchent à concilier durabilité économique, ouverture sociale et intensité d'expérience :

- Pass multi-sites ou multi-pratiques : une seule interface pour accéder à des itinéraires, refuges, guides ou événements nature et des formules inspirées du "CinéPass" ou du "Pass Culture", permettant d'accéder librement à plusieurs espaces naturels, activités ou événements tout au long de l'année, dans une logique de récurrence plutôt que d'accumulation.
- Abonnements communautaires : offres locales fondées sur un modèle de "contribution volontaire" ou de forfait annuel partagé, souvent portées par des tiers-lieux, des associations sportives ou des coopératives de territoire.
- Partenariats publics/associatifs : co-financements entre parcs naturels, collectivités, CAF, MJC ou maisons de quartier pour organiser des sorties régulières, des résidences nature ou des prêts d'équipement aux jeunes publics et aux primo-pratiquants.

- Bibliothèques d'équipement : dispositifs de prêt (ou location solidaire) de sacs, duvets, bâtons, réchauds ou chaussures de randonnée, fonctionnant comme des bibliothèques ou des médiathèques.

La slow performance n'a pas seulement besoin d'images inspirantes.

Elle a besoin de formats inventifs, d'économies patientes, d'alliances locales. Elle peut devenir une pratique massive, non pas malgré sa lenteur — **mais grâce à sa capacité à ralentir le monde pour mieux le relier.**

La slow performance a un potentiel culturel et écologique fort.

Pour qu'elle devienne un réflexe — et pas un privilège — il faudra la penser comme un **bien commun**, et inventer les **modèles économiques du temps long**.



04 AVENTURE DE PROXIMITÉ & SLOW PERFORMANCE

50

DU DÉPASSEMENT DE SOI À L'ATTENTION AU MONDE

CE QU'IL FAUT RETENIR

La micro-aventure et la slow performance réhabilitent une autre façon de bouger : plus attentive, plus poétique, plus relationnelle.

Ils participent d'une redéfinition du sport, non plus comme conquête, mais comme une **présence**.

Ils ouvrent la voie à des pratiques plus inclusives, plus durables, plus à l'écoute des rythmes humains et naturels.

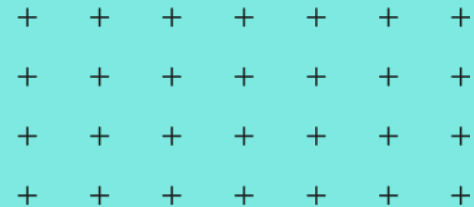


© MOENA (ITALIE), BENJAMIN VOROS

TENDANCE N°5 DU "ME TIME" AU "WE TIME"



© Deerfield Beach (FL, USA), Debby Hudson



05 DU "ME TIME" AU "WE TIME" +

LE SPORT DEVIENT UN RITUEL SOCIAL ET COMMUNAUTAIRE

Courir seul, c'est bien.
Courir ensemble, c'est puissant.

Dans les parcs urbains, sur les chemins de randonnée ou les pistes forestières, on voit apparaître des groupes hétérogènes, unis par un même besoin : celui de **se reconnecter à l'autre par le corps en mouvement**. Le sport devient un nouveau langage relationnel, un prétexte à la rencontre, un antidote au sentiment d'isolement qui touche toutes les générations.

Le sport, outil d'appartenance

Running clubs du dimanche, sessions de yoga en plein air, retraites collectives de sport-nature : ces nouvelles formes d'engagement sportif s'organisent souvent en dehors des institutions classiques, dans un **esprit communautaire**. L'enjeu n'est plus la performance, mais l'appartenance. On vient autant pour bouger que pour appartenir à une tribu. Le sport devient un **rituel social déconnecté**, où le collectif l'emporte sur l'individuel.



© MASSIF DE PIATRA CRAIULUI (ROUMANIE), URBAN VINTAGE

05 DU "ME TIME" AU "WE TIME"

LE SPORT DEVIENT UN RITUEL SOCIAL ET COMMUNAUTAIRE

Des plateformes numériques à l'origine du lien réel

Les applications dites de social hobby comme [Strava](#) et [AllTrails](#), réenchantent le rapport au sport. Elles favorisent les micro-communautés d'intérêt – de la marche au coucher du soleil à la course en silence – et facilitent la création de groupes par affinités. Le numérique redevient outil d'ancrage, générateur de rencontres incarnées. La carte devient un territoire à partager.

Réenchanter le collectif

Les succès d'événements comme le Marathon de Paris, les épreuves de trail ou les festivals de sport outdoor tels que les [Natural Games](#) à Millau illustrent ce virage. On ne vient plus seulement pour pratiquer une activité sportive, mais pour vivre une expérience collective enrichie : concerts, partages de repas, talks inspirants, ateliers créatifs... Le sport se transforme en happening. Il n'est plus une fin en soi, mais un vecteur de lien social.



© ESPAGNE, FRANTISEK DURIS

05 DU "ME TIME" AU "WE TIME" +

LE SPORT DEVIENT UN RITUEL SOCIAL ET COMMUNAUTAIRE

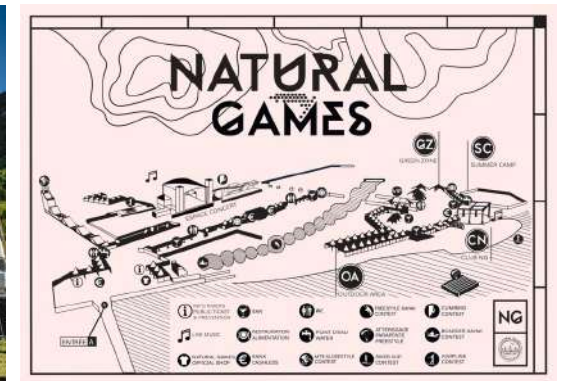
Focus : Natural Games, Millau (France)

Le concept :

Fondé en 2008 par Michaël Pradayrol et dédié aux sports de pleine nature, le festival mêle compétitions, démonstrations, initiations sportives et musique live au cœur du parc des Grandes Causses. Avec une vingtaine de disciplines (escalade, parapente, VTT, kayak, slackline, dods, dragon boat, kayak freestyle, base jump...), il réunit amateurs et élite mondiale pendant 4 jours dans une ambiance conviviale et une expérience immersive. En parallèle ont lieu des ateliers, des conférences, de la sensibilisation au développement durable et à l'éco-responsabilité, des projections de films, etc. Le festival attire environ 100 000 visiteurs, 3 500 athlètes et 500 bénévoles. Ce mix hybride sport-musique et nature, inclusif et engagé, en fait le plus grand événement outdoor en Europe. C'est un véritable laboratoire vivant pour le futur du sport nature.

Ce qui le rend exemplaire :

1. Immersion intégrale : le festival fait corps avec le paysage mettant la nature au cœur de l'expérience.
2. Mix convivialité et excellence : équilibre entre performances sportives de haut niveau et moments festifs accessibles.
3. Engagement durable : la Green Zone incarne la conscience environnementale, associant éducation, action et sensibilisation



© EN HAUT À GAUCHE : OLIVIER BEART // © NATURAL GAMES

+ +

55

ABOVE&BEYOND X SWITCH / FUTUR DU SPORT D'ICI À 2035 / NOV. 2025

05 DU "ME TIME" AU "WE TIME"

LE SPORT DEVIENT UN RITUEL SOCIAL ET COMMUNAUTAIRE

Checklist – Activation de communautés sportives

Objectif : faire du sport un lien social structurant

- Cadence régulière des événements (hebdo, mensuel, saison)
- Formats variés : effort, soin, fun, expression, transmission
- Gouvernance partagée : rôles tournants, co-création, board membre
- Outils digitaux : WhatsApp, Strava clubs, Discord, Notion d'équipe
- Rituels identitaires : noms, symboles, t-shirts, slogans



© TRISTAN SHU

05 DU "ME TIME" AU "WE TIME" +

LE SPORT DEVIENT UN RITUEL SOCIAL ET COMMUNAUTAIRE

CE QU'IL FAUT RETENIR

Le sport s'émancipe de la logique solitaire et individualiste. Il devient un **espace de connexion humaine**, de partage, d'émotions communes. Le corps en mouvement devient prétexte à recréer du commun, à retrouver du collectif, à **soigner les solitudes contemporaines**.



© HENRIK MORKEL

TENDANCE N°6

L'ASCENSION INCLUSIVE



© Arisa Chattasa



06 L'ASCENSION INCLUSIVE

59

LE SPORT S'OUVRE À TOUS LES CORPS,
TOUS LES ÂGES ET TOUTES LES CLASSES SOCIALES

Le droit au grand air pour tous.

Pendant longtemps, les sports outdoor ont été réservés à une certaine élite : jeunes, valides, aguerris. Mais une transformation profonde est à l'œuvre. La montagne, la forêt, les rivières, les lacs et la mer deviennent des terrains d'expression pour toutes les morphologies, tous les niveaux, tous les âges. **L'inclusion n'est plus une option : elle redessine l'imaginaire du sport.**

L'équipement, premier levier d'accessibilité

Les équipements deviennent des catalyseurs de démocratisation. VTT à assistance électrique, e-trikes pour les personnes à mobilité réduite, skis adaptés, gyropodes tout-terrain, etc. facilitent l'accès aux espaces naturels et aux infrastructures sportives. Ces innovations permettent à chacun de s'aventurer hors des sentiers battus, sans condition physique préalable.



© KBO BIKE

06 L'ASCENSION INCLUSIVE

60

LE SPORT S'OUVRE À TOUS LES CORPS,
TOUS LES ÂGES ET TOUTES LES CLASSES SOCIALES

Des infrastructures pensées pour tous

Des stations de montagne aux forêts domaniales en passant par les dispositifs urbains, les infrastructures évoluent : sentiers élargis et balisés, aires de repos adaptées, systèmes de guidage audio pour malvoyants, signalétique inclusive. **La nature et les espaces sportifs deviennent des biens communs partagés, pensés pour des usages pluriels et intergénérationnels.**

Une visibilité nouvelle des pratiquants « hors normes »

Athlètes paralympiques, randonneurs seniors, grimpeurs neuroatypiques... Les figures du sport se diversifient. Sur Instagram, des influenceurs comme Adam Popp valorisent un autre corps sportif. Ces représentations élargissent les horizons d'identification. **Le récit sportif se réinvente au prisme de l'inclusion.**



© ADAM POPP

06 L'ASCENSION INCLUSIVE

61

LE SPORT S'OUVRE À TOUS LES CORPS, TOUS LES ÂGES ET TOUTES LES CLASSES SOCIALES

Inclusion sociale : les seuils invisibles

L'inclusion ne concerne pas uniquement le handicap ou les morphologies "hors normes". Elle touche aussi des réalités moins visibles mais tout aussi déterminantes : **classe sociale, origine, capital culturel**. Faire du sport — en particulier outdoor — implique souvent de savoir où aller, avec quoi, avec qui, comment s'équiper et s'orienter. Cela suppose du **temps libre**, un **transport adapté**, une **connaissance des codes**.

De nombreux freins — économiques, logistiques, symboliques — disqualifient une partie de la population sans qu'aucune barrière explicite ne soit posée.

Le sport inclusif, demain, devra aussi être un **sport lisible**, qui abaisse les seuils d'entrée et accompagne les premiers pas.

Classes sociales : quand l'accès au sport dépend du capital

Le sport est souvent présenté comme universel, ouvert, accessible. En réalité, il reste **profondément conditionné par l'origine sociale** :

- **Coûts d'entrée** (équipement, adhésion, transport, assurance),
- **Capital culturel** (savoir s'inscrire, s'orienter, "avoir les codes"),
- **Temps disponible** (week-ends, congés, flexibilité horaire),
- **Accès aux lieux** (proximité, transports, sentiment de légitimité).

Derrière ces facteurs, une vérité brute : **plus on est précaire, moins on bouge**. Et quand on bouge, c'est souvent **hors des circuits visibles**, sans trace, sans structuration, sans valorisation.

Leviers activables par les opérateurs :

- Tarification solidaire ou en "confiance",
- Prêt ou partage d'équipements via clubs, bibliothèques, recycleries,
- Offres sans engagement, sans justificatif, sans jargon,
- Actions hors-les-murs, dans les quartiers, les places, les parcs,
- Médiation sportive : aller vers, expliquer, traduire les codes, accueillir.

L'égalité formelle d'accès ne suffit pas.

Il faut **penser en termes de barrières réelles — et les abaisser une à une**.

06 L'ASCENSION INCLUSIVE

6 2

LE SPORT S'OUVRE À TOUS LES CORPS, TOUS LES ÂGES ET TOUTES LES CLASSES SOCIALES

Féminisation des pratiques : plus qu'un progrès, un changement de matrice

Le sport au féminin n'est plus une niche.

Les taux de pratique ne cessent de croître, les compétitions gagnent en visibilité, la médiatisation des tournois féminins se développe et l'émergence d'athlètes inspirantes élargissent les récits d'identification. Tour de France féminin, foot, rugby, trail, MMA, ultra-cyclisme : les podiums se féminisent, et avec eux les imaginaires.

Mais cette montée en puissance reste entravée par des obstacles persistants : **tenués jugées, regards insistants, insécurité dans l'espace public, harcèlement, horaires inadaptés, absence de vestiaires ou d'encadrement mixte.**

Favoriser la féminisation, c'est aussi **sécuriser, adapter les lieux et horaires, former les équipes d'accueil.**

La **sécurisation de la pratique**, en ville comme en nature, devient un levier majeur d'accès durable pour les femmes — notamment dans les sports "solitaires".

Ce n'est pas seulement une question de genre : c'est considérer que la pratique sportive féminine n'est pas un rattrapage, mais une **reconfiguration du sport dans ses formes, ses rythmes, ses valeurs.**

Sécurité & genre : quand courir ne va plus de soi

Pour beaucoup de femmes, le sport n'est pas qu'un moment de liberté. C'est aussi une **prise de risque calculée** : choisir son horaire, sa tenue, son trajet, ses écouteurs, sa fréquence, sa posture, sa vigilance.

Les agressions verbales, les regards intrusifs, le harcèlement de rue ou les situations d'insécurité réelle affectent l'expérience même de la pratique : **on anticipe, on ajuste, on évite.**

Courir à 6h du matin ou après 21h n'est pas neutre.

Traverser un parc, un parking vide ou un sentier isolé peut devenir dissuasif.

Cette réalité structure **la fréquence, l'intensité et le plaisir de la pratique féminine.**

Ce que peuvent faire les opérateurs, clubs, collectivités :

- Proposer des **horaires "safe"** ou des formats collectifs dédiés,
- Former les encadrant·e·s à la **prise en compte genrée des usages**,
- Développer l'**éclairage intelligent** sur les parcours,
- Créer des **appuis communautaires** (mentorat, groupes d'entraînement par quartier),
- Inclure les **questions de genre dans les diagnostics d'usage** de l'espace sportif.

Le droit au sport commence par le **droit à bouger en sécurité**. Celui-ci n'est pas uniforme et s'adresse à des corps qui n'avancent pas tous avec les mêmes marges.

06 L'ASCENSION INCLUSIVE

63

LE SPORT S'OUVRE À TOUS LES CORPS,
TOUS LES ÂGES ET TOUTES LES CLASSES SOCIALES

Vieillessement actif : rester mobile, rester digne

L'ascension inclusive passe aussi par l'âge.

À l'horizon 2035, le nombre de pratiquants sportifs potentiels âgés de plus de 60 ans sera considérable. Avec l'allongement de la durée de vie et la montée des attentes en matière de qualité de vieillesse, le sport devient un **outil de prévention de la perte d'autonomie** : équilibre, motricité fine, masse musculaire, lien social, etc.

Des formats adaptés se développent : sentiers "équilibre", parcours de motricité lente, ateliers de coordination ou d'éveil articulaire.

Des passerelles avec les technologies de l'autonomie (cf. [Aging Tech](#)) ouvrent de nouveaux usages :

- capteurs de chute,
- télé-suivi et programmes de mobilité douce,
- récupération articulée,
- programmes en binômes et ateliers intergénérationnels.

L'enjeu ne se limite pas à "permettre aux seniors de faire du sport", mais bien de **faire du droit mouvement** un droit fondamental, à tout âge.



© L'EXOSQUELETTE SKI MOJO

06 L'ASCENSION INCLUSIVE

64

LE SPORT S'OUVRE À TOUS LES CORPS,
TOUS LES ÂGES ET TOUTES LES CLASSES SOCIALES

Événements et clubs engagés

Des compétitions mixtes ou inclusives voient le jour, comme le [Limitless Days Festival](#) aux Houches. Des clubs intègrent des coachs spécialisés en mobilité réduite ou en accompagnement de publics seniors. Certaines courses proposent des formats adaptés, comme des « parcours doux » ou des relais intergénérationnels. Le sport devient un espace de rencontres et d'alliances inédites.

ACCESS MONT-BLANC
L'association des sports de montagne adaptés présente

LIMITLESS DAYS

04-05 JUILLET 2025
à partir de 11h

LAC DES CHAVANTS
Sur la commune des Houches (74)

Randonnée sur le glacier Helbronner • Quadrix • Cimgo • handbike et FTT
rafting • équitation • escalade • tennis • basket fauteuil • cecifoot
Balade au sommet du Prarion • yoga • séance de NeuroMouvements • tyrolienne • château gonflable pour les enfants...

PLUS D'INFORMATION ?
Sur le site de l'association
accessmontblanc.com

ACTIVITÉS GRATUITES !
Scanne le QR code pour
t'inscrire sur Eventbrite.

HASTKO
ARCTERYX
UTMB
BOWHEAD
HandiSport



© ACCESS MONT-BLANC

06 L'ASCENSION INCLUSIVE

65

LE SPORT S'OUVRE À TOUS LES CORPS, TOUS LES ÂGES ET TOUTES LES CLASSES SOCIALES

Solutions concrètes : passer de l'intention à l'accès

Créer une culture inclusive, c'est aussi **outiller l'accès**, sinon cela ne reste que des intentions et des déclarations.

Voici les leviers concrets déjà mis en place et éprouvés par certains territoires et/ou opérateurs :

- **Tarification solidaire** : selon quotient familial ou via partenaires publics.
- **Prêt de matériel (y compris chaussures, bâtons, textiles)** : clubs, tiers-lieux, ressourceries ou bibliothèques d'équipement.
- **Transports partagés ou subventionnés** : navettes, pass intermodaux « mobilité-sport », partenariats territoriaux.
- **Mentorat sportif ou binômes sportifs** : accompagnement des premières séances par des pratiquants aguerris.
- **"First-timer programs"** : formats et créneaux dédiés aux tout premiers pas, avec médiation et pédagogie douce, sans recherche performance, sans jugement, ni pression.

Ces dispositifs ne relèvent pas du bonus, mais du socle. C'est là que l'ascension devient possible — et partagée.

L'inclusivité ne se décrète pas. Elle s'organise, se finance, se mesure — et se vit.



© AGE CYMRU

+ +

6 6

LE SPORT S'OUVRE À TOUS LES CORPS,
TOUS LES ÂGES ET TOUTES LES CLASSES SOCIALES

Checklist – Accessibilité sociale au sport

Objectif : abaisser les seuils d'entrée, en particulier pour les primo-pratiquants

- Tarifs solidaires / en confiance / prix libre
- Prêt de matériel par clubs, tiers-lieux, médiathèques
- Partenariats transport (navettes sportives, pass combinés)
- "Première fois guidée" : binômes, mentorat, créneaux dédiés
- Traduction des codes sportifs : langage, signalétique, habillage visuel



© ANNIE SPRATT

+ +

67

LE SPORT S'OUVRE À TOUS LES CORPS,
TOUS LES ÂGES ET TOUTES LES CLASSES SOCIALES

CE QU'IL FAUT RETENIR

L'inclusivité transforme le sport. Il ne s'agit pas seulement d'ajouter de l'accessibilité, mais de **redéfinir les normes de pratique**. En ouvrant les espaces sportifs à tous les corps, toutes les histoires et toutes les temporalités, on réaffirme le sport comme **vecteur d'émancipation, de dignité et de lien social**.



© LUCAS VAN OORT

TENDANCE N°7

REGENERATION READY



© Haiku Stairs (HI, USA), Kalen Emsley



LE SPORT AU SERVICE DE LA PLANÈTE

De la performance à la réparation.

Les pratiquants et organisateurs d'événements sportifs passent du simple « *leave no trace* » au plus ambitieux « *leave a better trace* ». Les sentiers deviennent chantiers de restauration, les compétitions visent un bilan carbone neutre, et les marques de sport commencent à calibrer leurs produits pour l'économie circulaire.

Le sport vise à ne plus exploiter la nature, mais à la régénérer.

Des pratiques qui restaurent les écosystèmes

Sessions de trail associées à la replantation d'arbres, plongées de « *reef-building* » où les plongeurs replantent des boutures de corail, stations de ski démontant leurs remontées mécaniques obsolètes pour re-sauvager les pentes : **le geste sportif devient un acte de soin pour le vivant.**



LE SPORT AU SERVICE DE LA PLANÈTE

Des événements à impact positif

Des marathons qui tendent à être « neutre en carbone » — à l'image du Green Marathon Stockholm aux Ultra-Tracks zéro déchet comme l'EcoTrail Paris, en passant par des compétitions de parapente où les pilotes récupèrent les détritus repérés depuis les airs : partout, les organisateurs inventent de nouveaux standards à visées neutres.

Ici, chaque kilomètre franchi se transforme en arbres plantés, en cours d'eau dépollués ou en micro-réserves financées. Courir, voler ou ramer n'est plus seulement une quête de performance ; c'est un acte concret de réparation pour les écosystèmes.

Événementiel : vers un baromètre d'impact réaliste

Si les événements sportifs se veulent de plus en plus "neutres en carbone" ou "positifs pour la planète", dans les faits, très peu franchissent encore réellement ce seuil.

Dans l'immense majorité des cas, il s'agit de démarches de :

- Réduction (moins de plastiques, moins de déplacements, optimisation logistique),
- Compensation (offsets, plantations, partenariats RSE),
- Sensibilisation (animations, signalétique, contenus éducatifs).

C'est un premier pas essentiel, mais qui reste souvent à l'échelle symbolique.

Pour aider les acteurs à situer leur action, nous proposons un baromètre d'impact événementiel :

| Niveau | Critères principaux | Exemples |
|-----------------|--|---------------------------------|
| 1. Réduction | Bilan carbone établi, déchets maîtrisés, logistique optimisée | EcoTrail, Green Marathon |
| 2. Compensation | Offsets certifiés, partenariats locaux, écocontributions | Ultra Trails avec reboisement |
| 3. Réparation | Contribution directe à des chantiers (restauration de sentiers, nettoyage) | Reef-building, marathons-récifs |
| 4. Régénératif | Co-conception avec écosystèmes vivants, indicateurs de biodiversité, bénéfices mesurés | Encore très rare, à construire |

La question n'est donc plus "comment réduire notre empreinte", mais "comment laisser une trace utile".

07 REGENERATION READY



71

LE SPORT AU SERVICE DE LA PLANÈTE

Biodiversité & biomatériaux : du vivant pour réinventer l'équipement

Au-delà du recyclage, un nouveau chapitre s'ouvre : celui de la **bio-inspiration**.

Les marques les plus avancées explorent désormais les potentiels du vivant pour repenser l'équipement sportif à la racine :

- **Mycélium** pour des semelles compostables,
- **Algues** pour des mousses souples et respirantes,
- **Caoutchouc biosourcé** pour des grips performants,
- **Fibres végétales** issues de cultures régénératives.

L'écoconception devient modulaire et démontable : **chaussures séparables, pièces standardisées, produits réparables à l'unité, systèmes de consigne intégrés**. Ce n'est plus seulement un sujet de matière, mais de **pensée circulaire** dès la phase de design. Le matériau ne se contente plus d'être neutre. Il devient **allié du vivant**.

Matériel circulaire et réparation in situ

Refuges alpins équipés de repair-cafés, tentes conçues pour être upcyclées en sacs, programmes de location-réparation intégrés aux grands raids : les marques de sport outdoor testent un modèle "**zero-gear-waste**" où prolonger la vie d'un produit devient un argument de vente aussi valorisant que battre un record.



© En haut à droite : ISURU RANASINHA
En haut à gauche : OLEKSANDR SUSHKO
En bas : MOONSTONE DESIGNS

LE SPORT AU SERVICE DE LA PLANÈTE

Science participative & data positive

Des applications comme [iNaturalist](#) transforment chaque sortie en collecte de données sur la biodiversité. Ainsi, les sportifs deviennent des vigies climatiques, les kilomètres parcourus se muent en relevés d'espèces, alimentant les bases scientifiques et les politiques de conservation.

Régulation des sites : l'accès comme design d'expérience

Dans les environnements les plus fragiles — calanques, alpages, zones humides, îles, forêts primaires — la **régulation devient une stratégie centrale**, à la fois écologique, politique et émotionnelle.

- Quotas quotidiens,
- Réservations anticipées,
- Plages horaires scénarisées,
- Parcours guidés & pédagogie active.

Tout est pensé pour limiter l'impact sans renoncer à l'expérience.
Mieux : cette contrainte peut devenir une **valeur perçue**, une **qualité d'accueil**.
L'attente devient un rite, la rareté une promesse, la régulation une **composante de la narration**.

Réduire pour mieux ressentir. **Limiter, c'est designer.**



© NEOM

+

7 3

Focus – Îles Marietas (Mexique) : Réguler pour préserver

Situées dans le Pacifique mexicain, les îles Marietas sont un joyau naturel — eaux turquoise, biodiversité marine, plages secrètes — pour pratiquer la plongée et de nombreuses activités nautiques. Victimes de leur succès sur Instagram, elles ont connu une **explosion de la fréquentation**, menaçant gravement leur écosystème.

Réconcilier **attractivité touristique et sportive**, **intérêt économique local** et **protection réelle** du site + Transformer une **contrainte réglementaire** en **expérience positive**.

- Instauration d'un **quota de 116 visiteurs/jour** (contre plusieurs milliers auparavant).
- Mise en place d'un **système de réservation centralisé**, avec plages horaires fixes.
- Création d'un parcours obligatoire avec **guides certifiés**, pédagogie environnementale incluse.
- Conception d'un **rituel d'entrée et de sortie** (attente scénarisée, brief sensoriel).

- Réduction drastique de l'impact écologique : flore marine et coraux **en régénération mesurée**.
- Expérience **perçue comme plus exclusive, qualitative** — valorisée même par les visiteurs.
- Le quota devient une **promesse marketing** ("limited access experience").
- Réplication du modèle dans d'autres zones protégées.

Limiter, c'est valoriser.

Dans le sport nature, la régulation peut devenir un **outil d'attractivité**. Elle impose un **design d'expérience** : scénario d'accès, rituels, pédagogie.

→ A tester pour les espaces présentant des fragilités avérées.



© VALLARTA ADVENTURES, (MEXIQUE)

+ +

7 4

LE SPORT AU SERVICE DE LA PLANÈTE

Checklist – Régulation des espaces naturels

Objectif : limiter l'impact sans sacrifier l'expérience

- Grille de capacité écologique et sociale (nombre, saison, seuil tolérable)
- Système de réservation (avec pédagogie sur l'enjeu)
- Communication des contraintes comme **valeur ajoutée**
- Aménagement doux : temps d'attente scénarisé, info sur site, rituels d'entrée
- Intégration dans les apps sportives et plateformes de planification



© NUSA PENIDA, BALI (INDONESIE), ALFIANO SUTianto

07 REGENERATION READY

75

LE SPORT AU SERVICE DE LA PLANÈTE

Focus : Patagonia, le “Worn Wear Tour”

Le concept :

Depuis 2013, Patagonia sillonne le monde avec un atelier mobile qui répare gratuitement (toutes marques confondues) vestes, pantalons, gants ou sacs de sport. Objectif : allonger la durée de vie des équipements pour réduire l’empreinte carbone du textile et sensibiliser les pratiquants sportifs à la sobriété.

Une roulotte-atelier 100 % équipée (machines industrielles, pièces détachées upcyclées) a parcouru 30 étapes dans les Alpes, les Pyrénées et le Jura (France, Suisse, Italie, Espagne). Chaque halte se double de :

- workshops couture et réparation
- stands d’up-cycling créatif
- sessions d’information sur la durabilité et le choix des matières.

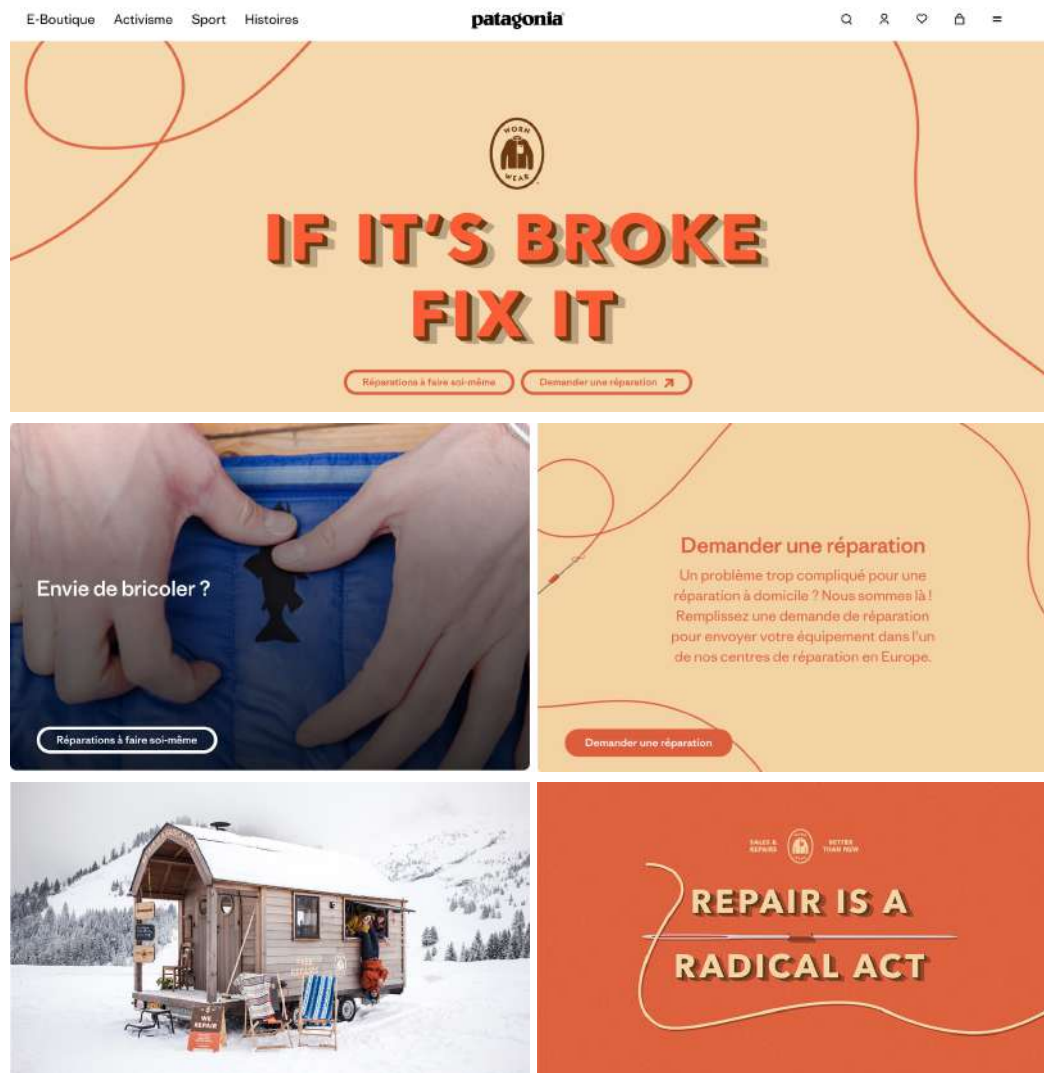
Bilan cumulatif (2013-2024) :

+30 000 vêtements réparés au total en Europe.

Tournée 2024 : ≈2 400 réparations.

3 000 participants aux ateliers.

Augmentation de 15 % des visites sur la page “Worn Wear” la semaine suivant chaque étape.



07 REGENERATION READY

LE SPORT AU SERVICE DE LA PLANÈTE

CE QU'IL FAUT RETENIR

Cette tendance marque le passage du durable au **contributif**. L'athlète n'est plus seulement neutre vis-à-vis de la nature ; il l'améliore. Les marques, les événements et les destinations qui embrassent cette logique transforment la pratique sportive en **moteur de résilience écologique**.



© PINGTUNG COUNTY (TAIWAN), HAN HSING TU

TENDANCE N°8 LONGEVITÉ ACTIVE



© Leo Carillo (USA), Kaylee Garrett



+

78

A photograph of an elderly couple walking through a lush green park. The man, on the left, has white hair and a beard, wearing a light blue t-shirt and black shorts. The woman, on the right, has grey hair tied back, wearing a teal t-shirt and black pants. Both are using black trekking poles and smiling as they walk. The background is filled with dense green trees and foliage.

© MARIJA VITKOVSKA

08 LONGÉVITÉ ACTIVE

79

LE SPORT COMME STRATÉGIE DE LONGÉVITÉ ACTIVE

« C'est même l'inverse : les plus jeunes envient souvent notre style de vie. À notre âge, on se débarrasse des conventions : nos priorités – amis, amour, famille – sont limpides, on affirme notre look, on dispose de plus de liberté... et d'un pouvoir d'achat plus élevé. Qui ne voudrait pas de ça ? ».

Les chiffres confirment ce basculement : 56 % des personnes interrogées voient le fait de vieillir comme une perspective séduisante, et 73 % considèrent désormais que l'âge n'est qu'un détail secondaire.

Comme le souligne [Bill Kole](#), auteur de [The Big 100 : The New World of Super-Aging](#), « *Vivre plus longtemps, c'est aussi consommer plus longtemps* » : cette génération est en passe d'injecter des milliards supplémentaires dans l'économie mondiale.

Cette aspiration au mouvement prolongé trouve un écho direct dans les innovations liées à la "Aging Tech" (cf. [tendance Sport & Tech](#)). Les capteurs de prévention de chute, les routines de rééquilibrage, le monitoring articulaire, la récupération assistée ou encore la télésurveillance de la douleur deviennent des outils de longévité. Ils permettent d'assurer non seulement la sécurité, mais surtout l'autonomie en mouvement, bien au-delà du soin médicalisé.



© CENTRE FOR AGEING BETTER

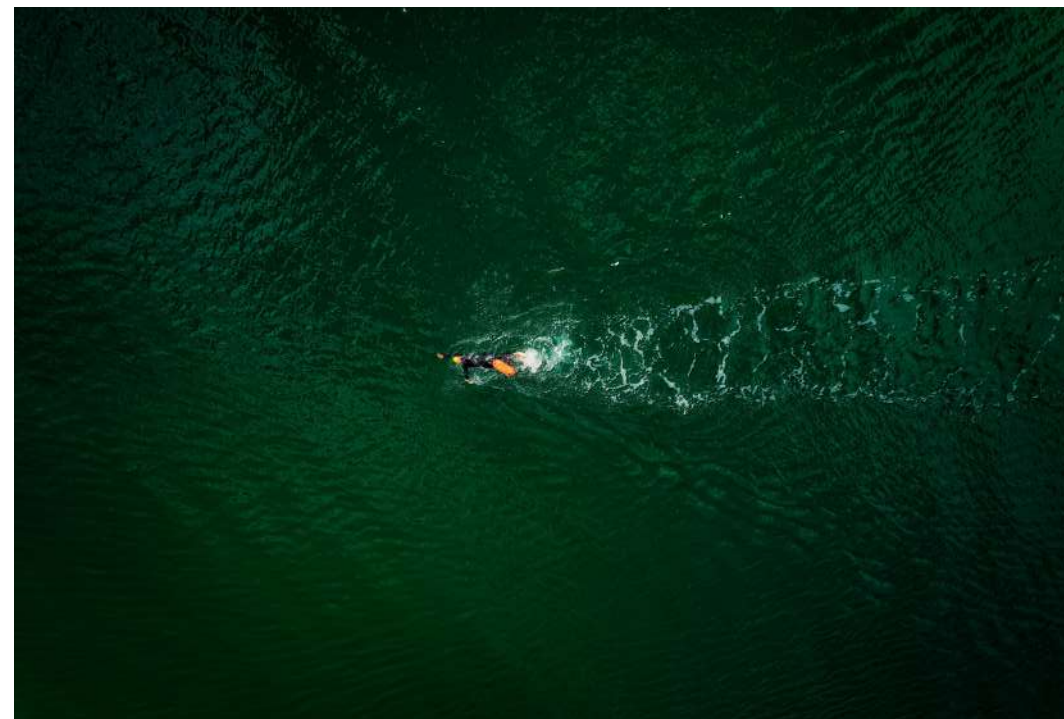
+

80

LE SPORT COMME STRATÉGIE DE LONGÉVITÉ ACTIVE

Le corps, un capital à faire fructifier

Les études Harvard Medical School (2023) et WHO (2020) convergent : 150–300 min/semaine d'activité aérobie modérée ralentissent l'âge biologique, réduisent de 30 % le risque de démence et maintiennent la densité osseuse. Les marques de matériels de sport et d'activités outdoor traduisent ces données en protocoles précis : sessions de marche nordique à rythme variable, plans de rando-cardio zone 2 (Endurance aérobie : 80-90% du seuil de fréquence cardiaque), programmes de natation, de cyclisme, de footing ou encore d'équilibre sur slackline douce pour limiter les chutes.



© LADRAM BAY (UK), RED ZEPPELIN

+

81

LE SPORT COMME STRATÉGIE DE LONGÉVITÉ ACTIVE

Programmes, communautés & équipements « age-inclusive »

- [Nike Well Collective](#) transforme 1 000 studios pour proposer des cours de mobilité neuro-musculaire, breath-work régulateur et nutrition anti-inflammatoire ciblant les 40–70 ans.
- [Les Mills](#) exporte ses séances Functional Strength 55+ sur les plages, mêlant travail proprioceptif dans le sable et paddle doux.
- Wearables bio-marqueurs (Oura Ring 4, Garmin Venu 4) intègrent âge physiologique, variabilité HRV, qualité du sommeil et score de récupération, ainsi que des alertes de micro-sieste ou de mobilité articulaire.
- [SilverFit Hubs](#) (Londres, Vancouver) associent parcours sensoriels en forêt, atelier de respiration et randonnées « Slow Trail » chronométrées non pas sur la vitesse, mais sur la régularité cardiaque.
- Pickleball adaptatif (+42 % d'inscriptions 60–75 ans et +28 % d'événements homologués 60–75 ans aux USA en 2024) rebat les cartes des sports de raquette : filet abaissé, terrain réduit, règles flexibles.
- Certains assureurs suédois co-financent des séjours sportifs outdoor, considérant qu'une semaine de rando douce réduit le coût santé annuel de 11 %.

La montée en âge des pratiquants induit une diversification des formats :

- **créneaux dédiés** : early hours, sessions douces, clubs "silver",
- **programmes intergénérationnels** favorisant la transmission et le lien social,
- **coaching "autonomie"**, axé sur l'équilibre, la souplesse, la mobilité et la prévention de la sarcopénie.
-

Loin du cliché du sport senior, ces formats s'inscrivent dans une logique de plaisir, de continuité, de maîtrise de son corps — à tout âge.



© PORTLAND (OR, USA), TROY SPOELMA

+ +

8 2

LE SPORT COMME STRATÉGIE DE LONGÉVITÉ ACTIVE

Checklist – Aging Tech & longévité active

Objectif : prioriser les fonctionnalités favorisant l'autonomie et la sécurité

- Prévention des chutes (capteurs, alertes)
- Guidage d'effort sécurisé (coaching doux, feedback en temps réel)
- Routines d'équilibre et mobilité douce
- Monitoring de la douleur ou fatigue chronique
- Interface claire, sans jargon, adaptée à la vision et motricité réduite



+ +

8 3

LE SPORT COMME STRATÉGIE DE LONGÉVITÉ ACTIVE

CE QU'IL FAUT RETENIR

Tandis que la jeunesse reste le Graal publicitaire, le levier financier appartient largement aux plus de 50 ans. Repenser cette fixation sur la jeunesse et adresser réellement les envies des générations plus mûres devient donc un impératif stratégique. Loin de l'âgisme, l'"active ageing" n'est donc pas un segment de niche ; c'est **la nouvelle colonne vertébrale du marché du sport.**

En combinant sécurité médicale, accompagnement scientifique et plaisir social, les marques captent un public solvable (+22 % de panier moyen vs 25-40 ans) et extrêmement fidèle. L'enjeu : transformer chaque sortie en investissement vitalité.



© BERGHAUS SULZFLUH, SAINT ANTONIEN (SUISSE), KAY LIEDL

TENDANCE N°9

CREATIVE MOVEMENT



© Morelia (Mexique), Jezael Melgoza



09 CREATIVE MOVEMENT

85

DANSER, GLISSER, FLOTTER, GRIMPER : LA CRÉATIVITÉ PHYSIQUE EXPLOSE

Un mouvement qui se libère des chronos

Les années 2020 ont vu la culture du *movement* — popularisée par les parkouristas, les danseurs-athlètes ou le gourou israélien Ido Portal — s’infiltrer dans tous les coins de la planète sport. D’ici à 2035, le phénomène aura basculé dans une nouvelle dimension : on ne cherchera plus la performance brute, mais une écriture corporelle libre, expressive et souvent spectaculaire.

Dans les studios de *movement culture* de Berlin, São Paulo ou Montréal, on alterne acro-yoga, capoeira contemporaine et *floor-work* sur son tapis, sans jamais parler de calories, ni de podium. L’objectif : **redécouvrir la plasticité du geste, renouer avec un plaisir enfantin de l’exploration.**

« Le corps est à la fois notre premier instrument
et notre première toile » — Lindsey Freedman
National Geographic, 12 mars 2024



© TAITO CITY (JAPON), RAFIK WAHBA

+

86

DANSER, GLISSER, FLOTTER, GRIMPER : LA CRÉATIVITÉ PHYSIQUE EXPLOSE

Un pont culturel pour les nouvelles générations

Ce mouvement créatif devient aussi **une porte d'entrée culturelle vers le sport** pour les nouvelles générations issues d'Inde, d'Afrique, d'Amérique du Sud ou d'Asie du Sud-Est.

Pourquoi ? Parce qu'il repose sur des **codes ouverts**, des formats visuels, des espaces publics, peu ou pas coûteux : pas besoin de stade, de coach ou d'équipement onéreux pour danser sur un toit, glisser sur une planche bricolée, ou créer une chorégraphie dans un skatepark.

La **low-tech expressive** devient une forme d'émancipation physique — et une nouvelle langue universelle.



© TAYLOR SMITH

09 CREATIVE MOVEMENT

87

DANSER, GLISSER, FLOTTER, GRIMPER : LA CRÉATIVITÉ PHYSIQUE EXPLOSE

La nature comme scène éphémère

Hors des murs, la nature devient un théâtre aérien. Des slackliners évoluent à 200 m de haut, mais délaissent les records pour des chorégraphies filmées en plan-séquence ; des freeriders en ski intègrent des gestes de danse dans leurs lignes et transforment une face enneigée en partition visuelle. Des festivals comme [The Art of Motion](#) (par [Red Bull](#)) réunissent freerunners et vidéastes pour créer des performances mixtes où comptent l'histoire racontée, la poésie du décor et la qualité du cadrage.

De nouveaux codes pour les marques et les compétitions

Les équipementiers ont compris l'enjeu esthétique : [Patagonia](#), [Lululemon](#) ou [The North Face](#) lancent des gammes « *movement wear* » qui empruntent à la fois aux collants de danse et aux soft-shells techniques. Les compétitions mutent, elles aussi : on voit apparaître un score créatif qui valorise la fluidité, l'originalité ou le storytelling d'un run, à côté du score chronométrique. Enfin, la captation volumétrique en 3D permet déjà de revivre, casque XR sur la tête, la descente chorégraphiée d'un freerider comme si l'on se trouvait dans sa trace.



© ALIREZA IRAJINIA

09 CREATIVE MOVEMENT

88

DANSER, GLISSER, FLOTTER, GRIMPER : LA CRÉATIVITÉ PHYSIQUE EXPLOSE

Timeline : de la rue au podium

Le parcours est désormais bien rôdé :

- D'abord **niche urbaine**,
- Puis **phénomène communautaire**,
- Enfin **discipline institutionnalisée**.

De nombreux sports "expressionnistes" ont suivi ce chemin :

- Le **parkour** (ex-illégal, désormais enseigné),
- La **break dance**, passée des block parties aux JOP de Paris en 2024,
- Le **padel**, devenu standard de clubs en 5 ans,
- Le **wingfoil**, aux portes du circuit pro,
- Le **freerunning**, intégré à des festivals sport-arts visuels.

Ce cycle "niche → mainstream → méga-event" redéfinit la temporalité de l'innovation sportive.



© NEW YORK CITY (USA), WILLIAM PEI YUAN

09 CREATIVE MOVEMENT

89

DANSER, GLISSER, FLOTTER, GRIMPER : LA CRÉATIVITÉ PHYSIQUE EXPLOSE

Indicateurs d'adoption

Comment suivre l'émergence d'un mouvement créatif ?

Voici quelques **indicateurs-clés de traction** :

- Nombre de clubs et studios affiliés (croissance annuelle)
- Vues YouTube/TikTok/Instagram et sur les hashtags liés (#freerunlife, #capoeiraflow, #wingfoildance,...)
- Volume de recherche Google Trends sur les noms de disciplines
- Marques qui investissent ou développent des lignes dédiées
- Présence dans les médias généralistes ou événements multi-sports
- Formats de compétition alternatifs (score artistique, capture XR, vote du public)

Là où il y a une scène, une caméra et un mouvement... il y a déjà une communauté en train d'émerger.



© NAPLES (ITALY), VINCENZO MORELLI

+

90

DANSER, GLISSER, FLOTTER, GRIMPER : LA CRÉATIVITÉ PHYSIQUE EXPLOSE

CE QU'IL FAUT RETENIR

Le sport devient **langage artistique.**

Plus qu'un moyen d'améliorer un temps ou un classement, le mouvement est une forme d'expression culturelle et sensorielle. Les acteurs qui sauront offrir des espaces, des équipements et des formats compétitifs laissant place à la créativité gagneront le cœur d'une génération en quête d'émotions avant de chercher la médaille.



© SUNSET BEACH (HI, USA), BEN WARREN

TENDANCE N°10

GEAR FOR GOOD



© Worn Wear Tour, Patagonia



L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DU MATÉRIEL SPORTIF

Le matériel devient un « service ERC* »

D'ici 2035, posséder son équipement ne sera plus la norme : on le loue, répare, reconditionne ou partage. Quatre moteurs poussent cette bascule :

Pression climatique et réglementaire : en Europe, la directive « Right to Repair » et l'obligation d'afficher un score de réparabilité poussent les marques à repenser la fin de vie des produits.

Explosion des prix des matières premières (aluminium, fibres synthétiques recyclées) : prolonger la durée d'usage devient une stratégie économique.

Nouvelles attentes des pratiquants : 64 % des amateurs de sports et d'activités outdoor sont prêts à acheter du *re-gear* s'il est certifié et garanti.

Plateformes tech : blockchains et *digital product passports* vont tracer la biographie d'un casque ou d'un harnais — réparation, provenance, CO₂ émis — ouvrant la voie au « matériel traçable ».

« Le prochain terrain de jeu de l'innovation
n'est plus la vitesse ni le poids,
mais la seconde vie de chaque pièce d'équipement. »
— Liz Segran, Fast Company, 22 juin 2024



© DÉSERT D'HISMA (ARABIE SAOUDITE), NEOM

* ERC : Eviter, Réduire, Compenser

L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DU MATÉRIEL SPORTIF

Vers un cycle fermé : réparer, ré-aimer, re-performer, réemployer, revendre... un nouvel art de la performance durable

Ce qui hier était une contrainte devient aujourd'hui une **esthétique du soin**.

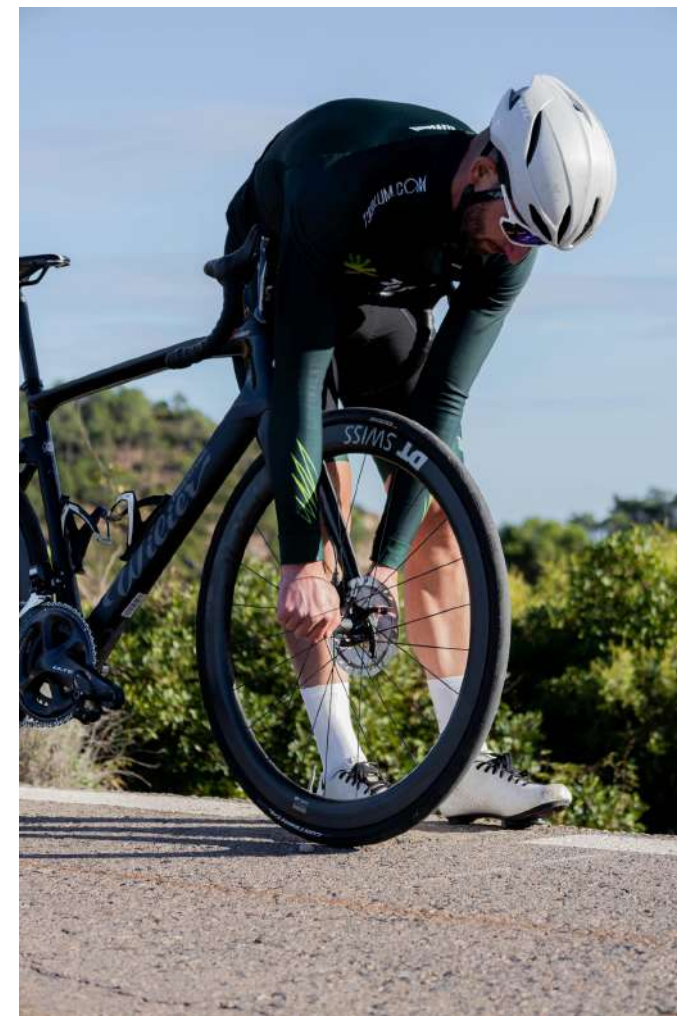
La réparation n'est plus un pis-aller, mais un acte de fidélité technique et émotionnelle. On prolonge la vie de son matériel parce qu'on l'a choisi, usé, vécu — et qu'on peut **le réparer, le reconfigurer, le transmettre**. Ainsi :

- [Patagonia Worn Wear](#), [Arc'teryx ReBird](#) et [The North Face Renewed](#) ont prouvé la désirabilité du vêtement « seconde main » haut de gamme.
- Decathlon teste un service de [seconde vie](#) et des [abonnements](#) à partir de 29 €/mois, on échange skis, appareils de fitness ou vélos aussi souvent que nécessaire, entretien inclus.
- Les stations de trail ou bikeparks hébergent déjà des *Repair Hubs* : mini-ateliers mobiles où bénévoles et marques réparent gratuitement le matériel des participants, notamment en marge d'un événement sportif.
- L'association caritative The Mountaineers a créé la [Gear Library](#) qui prête tentes, crash-pads ou SUP gonflables contre une cotisation annuelle ; le modèle se diffuse dans 70 villes nord-américaines.

Les marques s'adaptent en profondeur :

- **Design modulaire** pour faciliter le démontage et le changement de pièces,
- **Traçabilité intégrée** (QR codes, passeports digitaux, NFT d'usage),
- **Standards d'assemblage** pour réduire les références et mutualiser les pièces,
- **Réseaux de re-semelage** et de réparation mobile (ateliers, vans, Repair Hubs),
- **Les plateformes de seconde main** sont en croissance exponentielle (Tuvalum, Decathlon, etc.).

Le sport devient circulaire — et cette circularité ne concerne plus seulement la matière, mais **l'expérience d'usage elle-même**.



© TUVALUM

L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DU MATÉRIEL SPORTIF

L'économie circulaire... et connectée !

- Les QR-tags cousus sur la doublure d'une veste informent sur le bon programme de lavage, le stock de pièces détachées, ou la valeur de reprise.
- Grâce à l'IA, les usines de re-manufacturing classent et réparent 10.000 pièces/mois en détectant micro-déchirures ou perte de déperlance à la caméra hyperspectrale.
- Les NFT utilitaires garantissent l'authenticité d'un matériel reconditionné : un certificat numérique suit le produit au fil des échanges d'utilisateur à utilisateur.



© THOMAS LIPKE

L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DU MATÉRIEL SPORTIF

Focus : Décathlon x YourLOX

Le concept :

Decathlon propose une solution connectée, inclusive et écologique pour démocratiser l'accès au matériel sportif en milieu urbain. Une démarche inspirante qui concilie technologie, sobriété et responsabilité sociale.

En partenariat avec la startup slovaque YourLOX, Decathlon installe des casiers sportifs connectés dans les parcs de Prague et Brno. Ces casiers automatiques, accessibles via une application sur smartphone, permettent d'emprunter gratuitement du matériel (ballons, raquettes, poids, élastiques...) pour 90 minutes.

Objectif : rendre le sport accessible

En supprimant les contraintes d'achat, de transport et de stockage, le dispositif facilite l'accès à l'activité physique et répond aux obstacles courants qui limitent la pratique régulière.



© DÉCATHLON (RÉPUBLIQUE TCHÈQUE)

L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DU MATÉRIEL SPORTIF

Focus : Décathlon x YourLOX

Intérêts : Un effet levier durable, communautaire... et rentable !

- Promouvoir une consommation plus responsable : mutualisation des équipements, prolongation de leur durée de vie, réduction des déchets.
- Inscrit dans une stratégie de durabilité et d'économie circulaire, l'initiative « moins, c'est plus » séduit municipalités et utilisateurs.
- C'est le principe de l'économie de la fonctionnalité, l'un des modèles d'affaires phares de l'économie circulaire : on vend l'usage, pas le produit.
- Bien que la mise à disposition des produits (ballons, raquettes, etc.) soit offerte, Decathlon est 100% gagnant :
 1. Revenus via la location des casiers à la Commune
 2. Image de marque renforcée auprès des consommateurs
 3. Fidélisation des clients actuels et des prospects
 4. Collecte de données sur le terrain qui leur permet d'adapter leurs offres et leurs produits

Pour rappel, en 2023, Decathlon a généré 430M€ grâce à ses modèles d'affaires circulaires (location, réparation, seconde main).



© DÉCATHLON (RÉPUBLIQUE TCHÈQUE)

L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DU MATÉRIEL SPORTIF

Seconde peau : fonction technique, langage de style

Pression climatique et réglementaire : en Europe, la directive « Right to Repair » et l'obligation d'afficher un score de réparabilité poussent les marques à repenser la fin de vie des produits.

Les vêtements techniques deviennent des **interfaces protectrices**. Thermorégulation, respirabilité, anti-UV, résistance à l'abrasion, traitement déperlant sans PFAS : on ne s'habille plus pour bouger, on s'habille pour **endurer, traverser, rester libre de ses mouvements**.

Ce rôle de **seconde peau** ouvre la voie à des collaborations hybrides : sportwear/fashion, protection/style, usage urbain/sensibilité outdoor.

La running shoe devient chaussure de ville. Le hoodie technique devient tenue de travail. Le corps passe **du sport à la scène, de la montagne à la rue**, sans changer de silhouette.

La performance n'est plus réservée à la pratique. Elle devient **un habitus quotidien**, un langage textile.



© 2^{ème} COLLABORATION ENTRE THE NORTH FACE & GUCCI, 2022

L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DU MATÉRIEL SPORTIF

Checklist – ERC → Circularité équipement

Objectif : structurer une démarche circulaire cohérente, au-delà du marketing

- Choix des matériaux (biosourcés, recyclés, locaux)
- Réparabilité réelle (pièces détachées, design démontable, tutos)
- Traçabilité (QR code, passeport produit, origine matières)
- Réseaux de réparation / reconditionnement locaux
- Modèle économique de seconde vie (reprise, consigne, échange, revente)



© TOUS DROITS RÉSERVÉS

10 GEAR FOR GOOD

99

L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DU MATÉRIEL SPORTIF

CE QU'IL FAUT RETENIR

En 2035, l'expérience sportive inclura la **fierté** de rouler, grimper ou pagayer avec du matériel qui reste performant tout en consommant moins de ressources. Les acteurs capables d'orchestrer design modulaire, services de reprise, traçabilité transparente et communautés de réparation bâtiront non seulement de **nouvelles marges**, mais surtout une **loyauté affective** forte chez des pratiquants qui veulent « jouer durable ».



© ADVENTURE ALBANIA

LAMES DE FOND



© Jeremy Bishop



Ce que les tendances disent, ensemble, d'un monde en mouvement

Au-delà des tendances observées — chacune avec sa couleur, ses pratiques, ses publics — certaines **forces profondes** traversent l'ensemble du paysage sportif.

Ce sont des **lames de fond** : lentes, puissantes, transversales, structurantes.

Elles racontent ce que le sport devient dans nos sociétés — et ce qu'il révèle de nous.

1. Le sport comme substitut du travail

En quête de sens, de structure, de maîtrise de soi, d'objectifs à atteindre, d'identité sociale, de rituel quotidien...

Le sport remplit de plus en plus les fonctions symboliques que le travail ne remplit plus.

C'est là qu'on performe, qu'on progresse, qu'on se dépasse, qu'on "gagne" — même sans médaille.

Dans un monde de *bullshit jobs*, **le sport devient un job intérieur, volontaire, chargé de sens.**



© TRISTAN SHU POUR ELIMCHROM ELB1200

2. Hybridation massive des pratiques

Aucun sport ne reste dans sa case.

On court et on médite. On grimpe et on mange. On marche et on écoute. Les disciplines fusionnent avec le soin, le tourisme, la culture, le gaming, le vêtement.

Les frontières s'effacent entre effort, expérience, expression et hospitalité. Le sport devient une **expérience composite**, où l'on bouge autant pour se transformer que pour transpirer.

3. Ludification généralisée

Au-delà de la gamification technique (badges, scores, feedback), c'est une **esthétique ludique globale** qui imprègne les pratiques :

- formats courts,
- avatars,
- émotions immédiates,
- effets visuels,
- gratification instantanée,
- récits partagés.

Même la randonnée ou le yoga deviennent des "levels" à franchir, des aventures à vivre, des défis scénarisés.

Le sport s'emprunte au jeu, au storytelling et à la mise en scène. Il devient une **interface culturelle joyeuse**.



© TRISTAN SHU

4. Croissance hors-fédération

La vitalité se trouve désormais **hors des circuits classiques** :

- micro-communautés,
- collectifs affinitaires,
- clubs informels,
- studios hybrides,
- apps communautaires.

On bouge **sans licence**, sans inscription à l'année, sans hiérarchie verticale.

Les fédérations ne sont plus la porte d'entrée : elles arrivent après... ou pas du tout !

Le sport **se décentralise**. Et ce qui est hors-cadre... est souvent en avance.

5. La revanche de la course à pied

Un call-out s'impose.

Longtemps vue comme banale, usée, générique... la course à pied **revient en force culturelle**.

- Runners urbains stylés,
- Clubs affinitaires dégenrés,
- Running-rituels matinaux,
- Marathons alternatifs,
- Slow running ou sprint training.

La course devient un **marqueur de style, de santé, de communauté** — et de renaissance personnelle.

Ce n'est pas un sport. C'est une **forme de narration physique**.



© TRISTAN SHU

6. Le sport comme contenu : spectacle, événement, moment à vivre

La pratique ne suffit plus.

Le sport se consomme, se regarde, se partage, se monétise.

Il devient une **matière à produire**, à diffuser, à vendre :

- AR/VR in-stadium,
- événements immersifs,
- compétitions + concerts,
- formats interactifs,
- co-workouts en direct.

Le "sportainment" réunit fans, marques, artistes et sportifs dans une logique de récit total.

Ce n'est plus un match : c'est une scène. Et chacun veut en faire partie.

7. Le mouvement comme art

Parkour, breakdance, acroyoga, slackline, ride stylisé, freestyle...

Ce n'est plus seulement de la technique. C'est du style.

Le mouvement devient **un langage esthétique**, un acte d'expression, un geste artistique.

Instagram, TikTok, YouTube en font des scènes. Les JO en font des disciplines.

Bouger devient une forme d'art populaire, entre danse, performance, storytelling corporel.

En résumé : ce que le sport est en train de devenir

- Un **refuge existentiel**,
- Une **expérience augmentée**,
- Un **rituel narratif**,
- Un **média sensoriel**,
- Un **signe social partagé**.

Ce ne sont plus les fédérations qui définissent le sport — ce sont les usages. Et les usages, eux, racontent une chose claire :

le corps est redevenu un lieu central de sens, d'identité et d'avenir.



© TRISTAN SHU

BOÎTE À OUTILS



© Plaun da Lej, Sils im Engadin (Suisse), Curdin



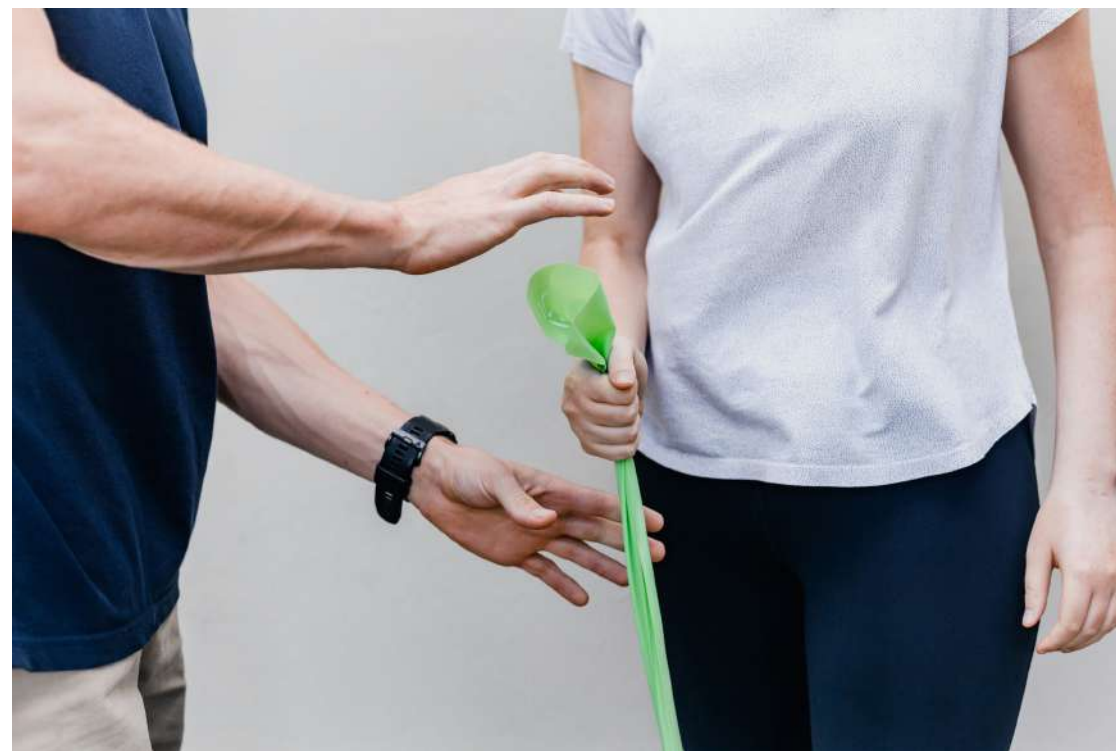
POUR FAIRE DU SPORT UN LEVIER DE TRANSFORMATION COLLECTIVE

Le sport est trop souvent pensé comme un “plus” culturel ou une ligne budgétaire accessoire. Or il constitue un **outil systémique de transformation** : sociale, sanitaire, territoriale, émotionnelle. Voici des leviers concrets, activables par les collectivités, agences de santé, urbanistes, mutuelles, fédérations ou marques engagées :

1. Prescriptions sportives & santé préventive

- Mise en place du **sport sur ordonnance** pour les pathologies chroniques ou le mal-être léger (avec plateformes de suivi).
- Remboursement des séances encadrées par les mutuelles, au même titre qu'un soin de prévention.
- Création de **filières sport/santé** interprofessionnelles (médecins + éducateurs + kinés + psychologues).
- Incitation à la pratique régulière par **score de vitalité** (suivi du mouvement hebdomadaire, autoévaluations).

Objectif : sortir le sport du modèle “loisir” pour l’ancrer dans une politique de longévité active.



© SINCERELY MEDIA

POUR FAIRE DU SPORT UN LEVIER DE TRANSFORMATION COLLECTIVE

2. Urbanisme actif et territoires-mouvants

- Généraliser les **plans piétons, escaliers praticables, bancs actifs, pistes continues**.
- Intégrer des **mobilités sportives** aux plans de déplacements urbains (jogging-safe, vélo-sécurité, parcours santé).
- Développer des “**zones actives**” à l’échelle de la ville : rooftops accessibles, berges sportives, friches reprogrammées.
- Réduire les obstacles symboliques : accessibilité 24/7, mixité des publics, cohabitation apaisée des usages.

Objectif : que l’environnement donne envie de bouger, sans besoin d’adhésion ou d’intention préalable.

3. Remboursements & incitations à l’activité

- Tarification dynamique ou solidaire pour les jeunes, seniors, publics précaires.
- Forfaits couplés : **transport + sport, culture + sport, santé + sport**.
- Bonification via assurances ou mutuelles selon niveau d’activité.
- Chèques sport versés par les collectivités ou employeurs pour les premières pratiques.

Objectif : réduire les barrières d’accès, sans stigmatiser ni bureaucratiser.



© YM

POUR FAIRE DU SPORT UN LEVIER DE TRANSFORMATION COLLECTIVE

4. Dispositifs d'activation locale

- “First-timer programs” : créneaux réservés aux débutants, encadrement doux, prêt de matériel.
- Clubs mobiles ou **studios temporaires** dans les quartiers, les places, les gares.
- Partenariats avec les **associations de terrain**, centres sociaux, MJC, maisons de santé.
- Lancement d'**ambassadeurs du mouvement** : profils inspirants, proches des habitants, formés à la médiation.
- Pratiques intergénérationnelles ou interquartiers pour favoriser **les liens sociaux par le sport**.

Objectif : ancrer le mouvement dans la proximité, là où les besoins sont les plus urgents.

Le sport ne doit pas être le privilège des informés, des valides ou des équipés. Il peut devenir **une politique publique du quotidien**, à la croisée du soin, du lien et du sens.



© FITCUBE, UN CONCEPT NOVATEUR DE SALLE DE FITNESS MOBILE

CONCLUSION



© Auckland (Nouvelle-Zélande), Liam Shaw



Vers un écosystème sportif plus vivant, plus sensible, plus durable

En parcourant ces dix tendances, un fil rouge émerge : **le sport quitte le seul terrain de la performance pour devenir un système vivant**, ancré dans les enjeux sociétaux, environnementaux et émotionnels de notre temps. Les pratiquants aspirent désormais à bouger pour mieux habiter le monde – qu'il s'agisse de s'enraciner dans la nature, de s'en servir comme laboratoire de réparation ou encore de faire de chaque geste un acte créatif.

Sur le plan technologique, la bascule est tout aussi profonde : **l'athlète devient un "jumeau data"** grâce à l'IA, aux biomarqueurs et aux jumeaux numériques, tandis que le spectateur pénètre au cœur de l'action grâce aux dômes immersifs et à la XR (*eXtended Reality*). Mais cette sophistication n'est pas un but en soi ; elle vise à libérer du temps de présence, de plaisir partagé et d'écoute de soi.

L'inclusion et la circularité imposent de **repousser deux frontières historiques** : celle de **l'accès** (âge, genre, capacité physique, pouvoir d'achat) et celle de **la fin de vie des produits**. Le matériel sportif devient service, le vieillissement devient terrain de jeu, la ville se mue en gymnase collectif, et la communauté prend le pas sur l'individu.

Face à cette constellation d'innovations, trois impératifs stratégiques se dessinent :

1. **Concevoir des expériences hybrides, sensibles et régénératives**, capables d'aligner plaisir, impact positif et création de valeur.
2. **Passer d'une logique produit à une logique "écosystème"** : données + services + communauté + circularité.
3. **Faire dialoguer hautes technicités et émotions primaires** — la science de la performance doit libérer, non desservir, la poésie du geste.

En 2035, **le sport sera à la fois un art de vivre, un soin, un engagement et un spectacle**. Les acteurs qui réussiront à orchestrer cette polysémie — sans la diluer — transformeront chaque foulée, chaque rinçage de combinaison, chaque session XR ou chaque réparation de ski en points de contact mémorables. Pour les marques, les territoires et les organisateurs, l'enjeu est clair : **capter cette énergie pour bâtir des modèles résilients où la performance individuelle propulse le bien-être collectif et la santé de la planète**.



© BEND (OR, USA), BEN KITCHING

CONTRECHAMP : L'ENVERS DU MOUVEMENT



© Revelstoke (BC, Canada), Nick Gosset



CONTRECHAMP : L'ENVERS DU MOUVEMENT

+ + + + + + + + + + + + + + +

112

ET SI, DANS CETTE EFFERVESCENCE D'INNOVATIONS ET DE RÉCITS RÉGÉNÉRATEURS,
QUELQUE CHOSE NOUS ÉCHAPPAIT ?



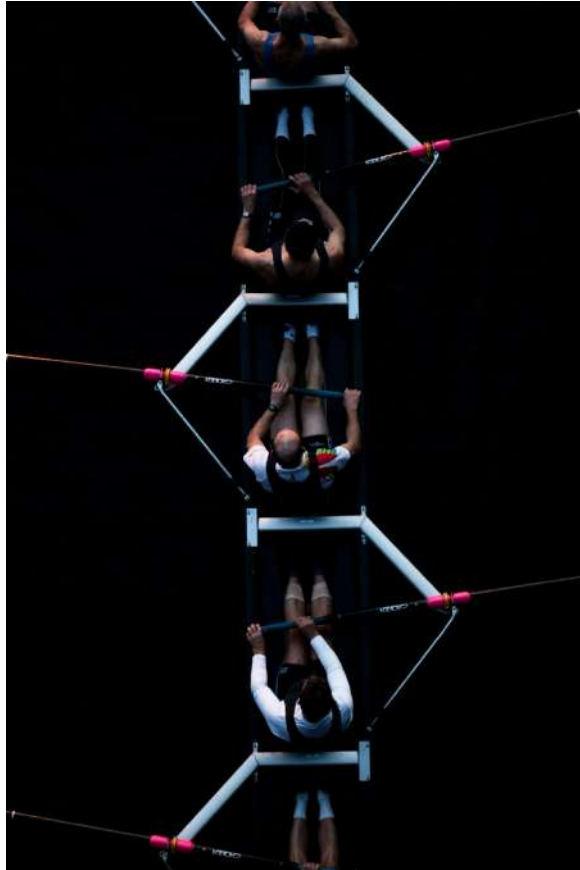
© ANGELA NIKOLAU – KENZO SPORT

Les dix tendances dessinées jusqu'ici forment une cartographie enthousiasmante : sport réparateur, corps inclusifs, équipements durables, immersion technologique, pratiques connectées au vivant... Mais derrière cet horizon radieux, une tension affleure.

Comme dans tout système en transformation, **certaines angles morts persistent.**

À l'heure d'une réinvention captivante du sport, il est crucial de questionner ce qui pourrait venir fragiliser ces élans. Non pour les invalider, mais pour **les ancrer dans une vision lucide, éthique et durable.**

ET SI, DANS CETTE EFFERVESCENCE D'INNOVATIONS ET DE RÉCITS RÉGÉNÉRATEURS,
QUELQUE CHOSE NOUS ÉCHAPPAIT ?



© PRINCES BRIDGE, MELBOURNE (AUSTRALIE), JOSH CALABRESE

1. Technophilie ou technodépendance ?

L'athlète augmenté, les *wearables*, les dômes immersifs, l'IA qui planifie les entraînements : autant de promesses qui flirtent avec l'**hyper-rationalisation du corps**.

À force de tout mesurer, modéliser, prédire, ne risque-t-on pas de perdre le sel de l'imprévu, du doute, du relâchement ? Le corps humain est-il encore un organisme... ou déjà une interface ?

« *Le corps devient système d'information* ». Mais jusqu'où peut-on objectiver un corps sans le dessaisir de son humanité ? Et à qui appartiennent ces données intimes ? Le sport, territoire du lâcher-prise, risque-t-il de devenir celui du pilotage permanent ?

ET SI, DANS CETTE EFFERVESCENCE D'INNOVATIONS ET DE RÉCITS RÉGÉNÉRATEURS,
QUELQUE CHOSE NOUS ÉCHAPPAIT ?



© MEIJE BIDAULT, DAUPHINÉ LIBÉRÉ, 9 FÉVRIER 2025

2. Inclusion : geste sincère ou stratégie de surface ?

L'inclusivité est l'un des grands récits du sport de demain — et c'est heureux. Mais attention aux effets de vitrine et aux raccourcis. La diversité des corps, des âges, des capacités, des genres ne saurait être réduite à un casting ou à une ligne de budget. **L'inclusion ne se décrète pas** par des campagnes ou des infrastructures seules : elle exige du temps, de l'écoute, des partenariats, une redistribution du pouvoir dans les institutions sportives. Rendre le sport accessible exige plus qu'un VTT électrique ou un parcours balisé : cela suppose une déconstruction des normes dominantes et une écoute constante des publics concernés.

Créer de nouveaux récits sportifs, oui. Mais **sans instrumentaliser** ceux qui en sont encore trop souvent exclus.

Et surtout : comment garantir que ces initiatives ne deviennent pas de simples vitrines marketing ? Qu'elles n'éludent pas les obstacles systémiques (racisme, validisme, sexisme, précarité) qui empêchent encore des millions de personnes d'accéder au sport librement ?

ET SI, DANS CETTE EFFERVESCENCE D'INNOVATIONS ET DE RÉCITS RÉGÉNÉRATEURS,
QUELQUE CHOSE NOUS ÉCHAPPAIT ?



© PUERTO GALERA, MINDORO ORIENTAL (PHILIPPINES), JULES BASSOLEIL

3. Durabilité : jusqu'où peut-on vraiment verdir le sport ?

Ne pas laisser de trace vs Laisser une meilleure trace.

Le sport se rêve désormais régénérateur.

La transition écologique de l'industrie du sport semble amorcée.

Pourtant, **certains paradoxes persistent** : compétitions "écoresponsables" à l'autre bout du monde, équipements dits durables mais conçus à plusieurs milliers de kilomètres de leurs lieux d'usage, ultra-packaging de produits "verts", etc.

Les risques sont ceux d'un greenwashing sophistiqué, où le discours précède l'impact réel et que la conscience écologique devienne un décor de communication.

La véritable mutation se jouera ailleurs : dans la sobriété d'usage, le partage, les liens locaux, le low-tech. Peut-être même dans la limitation volontaire des pratiques les plus impactantes.

ET SI, DANS CETTE EFFERVESCENCE D'INNOVATIONS ET DE RÉCITS RÉGÉNÉRATEURS,
QUELQUE CHOSE NOUS ÉCHAPPAIT ?



© UBUD, GIANYAR, BALI (INDONESIE), JARED RICE

4. Corps libérés ou injonctions réinventées ?

Le sport semble désormais se libérer de ses anciennes normes :
plus de créativité, de lenteur, de soin...

Quand **le sport devient un rituel de développement personnel**, il gagne en profondeur...

Mais en creux, une autre norme semble apparaître :
celle de l'**individu en quête constante de mieux-être**.

Une sorte de performance émotionnelle douce.

Une question surgit alors : ces nouvelles formes d'activités physiques
(micro-aventure, biohacking doux, wellness clubs, mouvement intuitif...)
ne créent-elles pas de nouvelles injonctions ?

Bouger pour *se régénérer, se reconnecter, se transformer* —
et si l'on voulait juste bouger, sans devoir aller mieux ?
Le bien-être devient-il la nouvelle performance ?

ET SI, DANS CETTE EFFERVESCENCE D'INNOVATIONS ET DE RÉCITS RÉGÉNÉRATEURS,
QUELQUE CHOSE NOUS ÉCHAPPAIT ?



© TAO XIA

5. Accessibilité VS Premiumisation

Derrière les tendances valorisant le collectif, le sensoriel, l'accessibilité, la circularité se déploie une autre réalité.

Peut-on vraiment parler d'inclusivité quand les clubs de wellness sont ultra-select, les objets connectés à plus de 200 €, les événements en formats VIP, les dômes immersifs ou les retraites "low impact" coûtent plusieurs centaines d'euros ?

Une fracture discrète s'installe : entre ceux qui accèdent à cette nouvelle scène du sport et ceux qui n'en voient que l'écho sur Instagram.

Derrière les récits de transformation personnelle se cache parfois une **hyper-segmentation du marché**.

Le sport peut-il redevenir un **bien commun** dans un monde qui le transforme en service premium ?

ET SI, DANS CETTE EFFERVESCENCE D'INNOVATIONS ET DE RÉCITS RÉGÉNÉRATEURS,
QUELQUE CHOSE NOUS ÉCHAPPAIT ?



© MOSCOU (RUSSIE), VITOLDA KLEIN

6. Vers une marchandisation de l'expérience sportive ?

Tout est expérience. Tout est scénarisé. Tout est « immersif », « sensoriel », « régénérant » et « instagrammable ». Mais que reste-t-il du sport brut, du jeu gratuit, de la joie spontanée ? À trop vouloir enrichir chaque séance, chaque équipement, chaque sortie... Nous risquons de **tuer la simplicité du geste gratuit.**

Loin des playlists calibrées, des studios biophiliques et des avatars IA qui transforment l'acte de bouger en un acte de consommation, il reste un besoin fondamental : celui de jouer, de transpirer, de se heurter, de tomber, de recommencer.

Le danger n'est pas la nouveauté.
Le danger, c'est **l'uniformisation du plaisir sous un packaging premium.**

Le futur du sport sera peut-être aussi celui d'une **résistance discrète** : celle **du jeu sans enjeu**. Du **plaisir non monétisé**. Du terrain vague retrouvé.

EN GUISE DE PAS DE CÔTÉ

Ce contrechamp n'est **pas une remise en question des tendances**.
Il est leur complément. Leur ombre portée. C'est un **appel à la vigilance**.

Ce contrechamp nous rappelle que le sport n'est pas un simple secteur d'activité
ou un terrain de R&D sociétale, industrie d'innovations ou de récits inspirants.
Il est un **espace politique, culturel, intime**. Il est aussi — toujours — un **miroir de notre rapport au monde**,
de nos sociétés, de nos fragilités comme de nos élans.

En 2035, les plus grandes avancées sportives ne seront peut-être pas technologiques,
ni même écologiques. Elles seront probablement relationnelles, sensibles, invisibles.

Et si l'on veut que 2035 soit un terrain de jeu réellement plus juste, plus libre, plus vivant...
il faudra parfois **courir à rebours des évidences**.



© HARVARD STADIUM, BOSTON (MA, USA), CONNOR COYNE

REMERCIEMENTS



© Armelle Solelhac



REMERCIEMENTS

Grâce à eux, tout est possible !

278 heures de travail

Mener une étude de cette ampleur suppose d'abord plusieurs jours d'exploration in situ – car comme j'ai l'habitude de le dire « *le terrain ne ment jamais* » – mais surtout des centaines d'heures passées derrière des écrans : veiller sur plus de 900 sources d'information dans 80 pays, éplucher les contenus, réfléchir, analyser, compiler, rédiger, illustrer, corriger, maquetter, relire, corriger encore, supprimer, compléter, relire à nouveau et, bien sûr, douter (beaucoup) avant de pouvoir enfin publier.

Un tel engagement ne serait pas possible sans le soutien précieux et l'aide constante de plusieurs personnes clés.

Ma gratitude et ma reconnaissance éternelle...

À **Lou Gaurin** : To live is to be in movement. Dance, ride, slide, run, jump, wriggle, swim, dive, fly, crawl, spin, climb, push, pull, sway and swing, but don't forget to stretch! Move yourself, push yourself, but don't forget to rest!

À **Matthieu Gaurin** pour ses encouragements sans relâche, ses sessions de « *renfo musculaire* » matinales et ses bons petits plats livrés directement à mon bureau pour me permettre d'être plus (encore) plus efficiente.

À mon comité de relecture pour leurs commentaires aussi utiles que précieux, ainsi que leurs remarques aussi constructives que pointues : Thomas Angibaud, Jean-Marc Farini, Jacques Masson, Romain Millet et Bruno Rivet.

À tous les **clients, confrères et partenaires** qui m'ont gentiment partagé leurs réflexions, une étude, un article de presse, etc.

À tous les photographes, en particulier [Tristan Shu](#), qui m'ont généreusement offert leurs images. Quel talent !

MERCI. Infiniment !

SOURCES



© Alex Block



Toutes ces réflexions, ces chiffres et ces schémas ne sont pas entièrement les fruits de nos cerveaux. Avant d'être mûris, ils ont été soigneusement sélectionnés parmi les sources suivantes :

- ASICS (2024), Etude mondiale State of Mind 2024 : <https://www.asics.com/fr/fr-fr/mk/stateofmindstudy2024>
- Bates K. (15 novembre 2021), Forbes, Why The Future Of Outdoor Recreation Is Purposeful, Protective And Powerful : <https://www.forbes.com/councils/forbescommunicationscouncil/2021/11/15/why-the-future-of-outdoor-recreation-is-purposeful-protective-and-powerful/>
- Berthoux P. (26 mars 2025), Forbes, Le PSG s'associe à Station F pour accélérer la sportstech en France : <https://www.forbes.fr/sport-business/le-psg-sassocie-a-station-f-pour-accelerer-la-sportstech-en-france/>
- Birnbaum J. (17 octobre 2024), Forbes, Les technologies du sport : la nouvelle poule aux œufs d'or des investisseurs : <https://www.forbes.fr/business/les-technologies-du-sport-la-nouvelle-poule-aux-oeufs-dor-des-investisseurs/>
- Bolland E. (15 novembre 2024), Glorious, Run Clubs: Cult or Community? : <https://gloroussport.com/articles/rise-of-run-clubs-cult-or-community/>
- Bradley T. (16 avril 2025), Forbes, From Stadiums To Sidelines: How AI Is Reinventing The Future Of Sports : <https://www.forbes.com/sites/tonybradley/2025/04/16/from-stadiums-to-sidelines-how-ai-is-reinventing-the-future-of-sports/>
- Briggs R. & Bole S. (2024), Hume – Social Wellness Club : <https://hume.la>
- Canadian Mental Health Association (15 janvier 2025), L'activité physique : un remède pour l'humeur : <https://cmha.ca/fr/news/lactivite-physique-un-remede-pour-l-humeur/>
- Chenu A. (5 février 2025), French Morning, Avec Hume, le Franco-américain Sandy Bole invente le social wellness club à Venice : <https://www.frenchmorning.com/avec-hume-le-franco-americaain-sandy-bole-invente-le-social-wellness-club-a-venice/>
- Clean Market NYC (2024), Clean living, optimized : <https://www.cleanmarket.com>
- Continuous (10 mars 2025), 2025: Six trends shaping the future of the outdoor industry : <https://www.wearecontinuous.net/news/2025-six-trends-shaping-the-future-of-the-outdoor-industry>
- COSM (2025), New immersive domes for sport entertainment : <https://www.cosm.com/venues>
- Cowan-Brown T. (24 juillet 2021), Idée Fixe, The rise of the individual athlete and their economic power : <https://ideefixe.co/p/the-rise-of-the-individual-athlete>
- De Smet L. (18 juin 2025), Creapills, Decathlon installe des casiers connectés pour emprunter gratuitement du matériel de sport : <https://creapills.com/decatlon-yourlox-sport-accessible-casiers-connectes-20250618>
- Drake Star (1^{er} mai 2025), Global Sports Tech Report 2024: Record Year for Sports Tech M&A — \$68B Deal Value Across 450+ M&A Deals : <https://www.drakestar.com/news/global-sports-tech-report-2024>
- Forbes (16 janvier 2024), The State of Sports Tech in 2024 : <https://www.forbes.com/sites/jamesayres/2024/01/16/state-of-sports-tech-2024>
- Friendly Fox Design (28 décembre 2023), Future Trends in Outdoor Recreation: Predictions for 2024 and Beyond : <https://www.friendlyfoxgames.com/post/future-trends-in-outdoor-recreation-predictions-for-2024-and-beyond>
- Hunt J., (29 février 2024), GQ, Inside Arc'teryx's Explosive Growth—and Its Quest to Keep Its Soul : <https://www.gq.com/story/arcteryx-profile>

Toutes ces réflexions, ces chiffres et ces schémas ne sont pas entièrement les fruits de nos cerveaux. Avant d'être mûris, ils ont été soigneusement sélectionnés parmi les sources suivantes :

- Global Growth Insights (16 juin 2025), Outdoor Gear & Equipment Market Size, Share, Growth, and Industry Analysis, By Types (Apparel, Footwear, Backpacks, Tents and Sleeping Bags, Climbing Equipment, Accessories), Applications (Game, Sport Activity) and Regional Insights and Forecast to 2033 : <https://www.globalgrowthinsights.com/market-reports/outdoor-gear-equipment-market-106172>
- Glow Bar London (2023), Adaptogens, infrared and ritual wellness : <https://www.glowbarlondon.com>
- Grand View Research (2024), Hiking Gear & Equipment Market Size, Share & Trends Analysis Report By Product (Clothes, Footwear, Backpacks), By Distribution Channel (Specialty Stores, Retail Stores, Online), By Region, And Segment Forecasts, 2025 - 2030 : <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/hiking-gear-equipment-market>
- Grand View Research (2024), Sports Technology Market (2025 - 2030) : <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/sports-technology-market>
- Headwaters Economics (9 juin 2021), The Future of the Outdoor Recreation Economy : <https://headwaterseconomics.org/outdoor-recreation/soban/>
- Hogan K., LesMills, Happily (However Old You Are) : <https://www.lesmills.com/fit-planet/health/healthy-aging/>
- IBIS World (Septembre 2024), Hiking & Outdoor Equipment Stores in the US - Market Research Report (2014-2029) : <https://www.ibisworld.com/united-states/industry/hiking-outdoor-equipment-stores/4378/>
- Ivy R. (29 octobre 2025), The Robyn Ivy Podcast, The Class: How Movement Can Heal Your Body, Mind and Spirit, with Soeuraya Wilson (Replay) : <https://pod.co/the-robyn-ivy-podcast/the-class-how-movement-can-heal-your-body-mind-and-spirit-with-soeuraya-wilson-replay>
- Khamis B., (23 août 2024), Forbes, Revolutionizing Customer Experience: How Technology Is Transforming The Sports And Entertainment Industries : <https://www.forbes.com/councils/forbestechcouncil/2024/08/23/revolutionizing-customer-experience-how-technology-is-transforming-the-sports-and-entertainment-industries/>
- Landais J. (13 juin 2025), France Bleu, Trail : l'UTMB veut réduire ses émissions de CO2 de 20% d'ici 2030 : <https://www.francebleu.fr/sports/tous-les-sports/trail-l-utmb-veut-reduire-ses-emissions-de-co2-de-20-d-ici-2030-9217096>
- Le Cœur P. (5 septembre 2023), Le Monde, Le gouvernement va financer la création de 5 000 terrains de sport supplémentaires d'ici à fin 2026 : https://www.lemonde.fr/sport/article/2023/09/05/le-gouvernement-va-financer-la-creation-de-5-000-terrains-de-sport-supplementaires-d-ici-a-fin-2026_6187978_3242.html
- LeThi A. (5 septembre 2025), Sport England, Belonging, representation and change : <https://www.sportengland.org/blogs/belonging-representation-and-change>
- Meegle (27 octobre 2025), Emotion-Aware Wearable Devices : https://www.meegle.com/en_us/topics/affective-computing/emotion-aware-wearable-devices
- Moonsamy M., Arrow Vane, From Dance Floors to Pavements: The Rise of Run Clubs Over Nightclubs : <https://www.arrowvane.com/blog/4f3kgf982nfvj5c55ww4irskyncshu>
- Namastrip (19 mars 2025), La danse intuitive pour connecter pour corps et votre esprit : <https://namastrip.com/blogs/bien-etre/la-danse-intuitive-pour-connecter-pour-corps-et-votre-esprit?srltid=AfmBOooMoz2fsbAnlw-lB-OSq599TsOdSlrWZBOOrHg3-lp4klIE3Xb>
- Nextiles, Smart Fabric Personalized Insights : <https://www.nextiles.com/>

Toutes ces réflexions, ces chiffres et ces schémas ne sont pas entièrement les fruits de nos cerveaux. Avant d'être mûris, ils ont été soigneusement sélectionnés parmi les sources suivantes :

- NIKE, Nike Well Festival : <https://www.nike.com/fr/nike-well-festival>
- Obianyo C., Ezeamii V., Idoko B., Adeyinka T., World Journal of Biology Pharmacy and Health Sciences (Septembre 2024), The future of wearable health technology: From monitoring to preventive healthcare : https://www.researchgate.net/publication/384626068_The_future_of_wearable_health_technology_From_monitoring_to_preventive_healthcare
- Organisation Mondiale de la Santé (25 novembre 2020), Guidelines on Physical Activity and Sedentary Behaviour : <https://www.who.int/publications/i/item/9789240015128>
- Organisation Mondiale de la Santé (26 juin 2024), Près de 1,8 milliard d'adultes exposés à un risque de maladie en raison d'un manque d'activité physique,, <https://www.who.int/fr/news-room/fact-sheets/detail/physical-activity>
- Outdoor Industry Association (2025), Annual Participation Trends, 2025 : <https://outdoorindustry.org/reports>
- Outdoor Sports Valley, Observatoire de la filière des sports de plein air - Édition 2024 : https://hautesavoie.fr/wp-content/uploads/2024/12/Observatoire_sports_plein_air_Haute-Savoie_2024-1.pdf
- Petcash A. (14 décembre 2023), Profluence Sports, 2023: Another Big Year in Sports Tech : <https://profluence.com/2023-in-sports-tech/>
- Reuters (19 novembre 2024), China's new hobbies create a spending mirage : <https://www.reuters.com/breakingviews/chinas-new-hobbies-create-spending-mirage-2024-11-19/>
- Rubin P. (24 juin 2019), WIRED, The Tech Industry's Latest Fitness Craze: Recovery : <https://www.wired.com/story/tech-industry-latest-fitness-craze-recovery/>
- Sabu C. (28 mai 2025), Productnxt, Emotion-Embedded Wearable: Clothing That Senses and Expresses Your Mood : <https://productnxt.com/emotion-embedded-wearables-clothing-that-senses-and-expresses-your-mood/>
- SGB Media (16 avril 2025), OIA Reports Outdoor Retail Sales Trends Returned to Growth in 2024 : <https://sgbonline.com/oia-reports-outdoor-retail-sales-trends-returned-to-growth-in-2024-driven-by-big-box/>
- Six Senses, Biohacking, or Bioharmonising? : <https://www.sixsenses.com/en/wellness-spa/stories/biohacking-or-bioharmonising/>
- Six Senses, Hack Your Holiday : <https://www.sixsenses.com/en/wellness-spa/stories/hack-your-holiday/>
- So A. (18 novembre 2025), WIRED, The Best Fitness Trackers and Watches for Everyone : <https://www.wired.com/gallery/best-fitness-tracker/>
- So A. (21 novembre 2025), WIRED, Instead of an AI Health Coach, You Could Just Have Friends : <https://www.wired.com/story/google-fitbit-health-coach-preview/>
- Statista (2024), Digital Fitness & Well-Being - Worldwide : <https://www.statista.com/outlook/hmo/digital-health/digital-fitness-well-being/worldwide?srsId=AfmBOoqbutofQcB392YmVp75Yu88cdn4MzhBEIsEtB3DAzVESOPKHtkY>
- Statista (2024), Fitness Trackers - Worldwide : https://www.statista.com/outlook/hmo/digital-health/digital-fitness-well-being/fitness-trackers/worldwide?srsId=AfmBOoo4ggOQa-sAv_upio6gTPlulYcohNh2QEb6NL2cZNc9wjETDW

Toutes ces réflexions, ces chiffres et ces schémas ne sont pas entièrement les fruits de nos cerveaux. Avant d'être mûris, ils ont été soigneusement sélectionnés parmi les sources suivantes :

- Stockholm Marathon (31 mai 2025), The Sustainability Guide For a Sustainable Event and a Sustainable Future : <https://www.stockholmmarathon.se/start/sustainability-guide-2025/>
- Stryd (2024), Running with Power : <https://www.stryd.com/>
- Simpson T. & Uribe L., OliverWyman, Gen Z Will Reshape The Economics Of Professional Sports : <https://www.oliverwyman.com/our-expertise/insights/2023/oct/gen-z-reshaping-professional-sports-economics.html>
- University of Reading, emotionWear - A wearable that can predict human emotion : <https://research.reading.ac.uk/wearables/research/emotionwear/>
- The Business Research Company, Sports Global Market Report 2025 : <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/sports-global-market-report>
- The Hike Collective (4 juin 2025), Redefining Adventure: The Rise of Slow and Soft Adventure in Western Australia : <https://www.hikecollective.com.au/redefining-adventure-the-rise-of-slow-and-soft-adventure-in-western-australia/>
- Whoop (2023), Unlocking Peak Performance : <https://www.whoop.com/>
- Zwift (2024), Revolutionizing Cycling Through Gamification : <https://www.zwift.com/news/gamification-future>

CONTACTS



Armelle Solelhac
Fondatrice

+33 (0)6 75 70 58 59
Infos@switchconsulting.fr
www. switchconsulting.fr

5 route de Pringy
74940 Annecy

LEADING THE FUTURE OF
TOURISM, SPORT AND
LEISURE

