

**Communiqué de Presse**  
Paris, le 4 avril 2022



## **Sport Heroes et l'UNION Sport & Cycle dévoilent leur Observatoire du Running 2022 ! Et bonne nouvelle : cette année, les runners ont retrouvé leur rythme d'avant-Covid.**

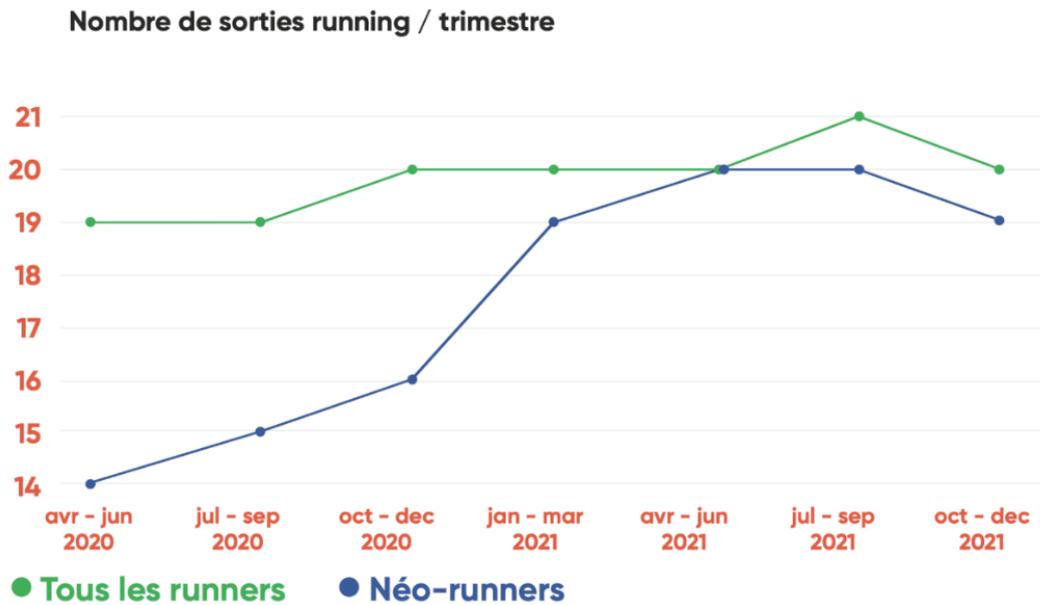
Quelle est la fréquence de course des runners, ont-ils changé leurs habitudes et leurs pratiques, sont-ils plus nombreux, leur profil évolue-t-il, quelle place pour le digital dans leurs pratiques ? Autant de questions étudiées par l'Observatoire du Running 2022, dont la restitution a eu lieu le vendredi 1<sup>er</sup> avril à l'espace Voie 15 à Paris en présence d'une cinquantaine d'invités, en marge du salon Run Expérience de la Porte de Versailles.

Créé en 2018 par Sport Heroes et rejoint en 2020 par l'UNION sport et cycle, l'Observatoire du Running dévoile chaque année en exclusivité les chiffres de la pratique et les tendances des prochaines années. Il se base sur l'analyse des trackers d'activité et sur un sondage qui décrypte les pratiques et les habitudes de consommation des runners.

Les runners retrouvent le rythme. Après une année 2020 marquée par la pandémie, ils ont repris leurs habitudes en 2021 avec des séances plus fréquentes pour viser de nouveaux objectifs et préparer le retour des courses populaires comme le Marathon de Paris.

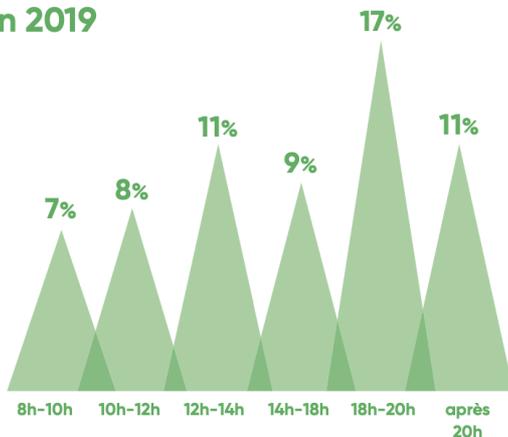
Lors de l'édition précédente, Sport Heroes et l'Union Sport & Cycle annonçaient que 1,4 millions de néo-runners avaient rejoint les 13 millions d'adeptes. Bonne nouvelle : ils sont toujours fidèles au poste et ont même intégré le peloton des coureurs plus aguerris en augmentant leur fréquence de sorties.

En moyenne, un runner court 60 fois par an, soit une progression de 21% en un an

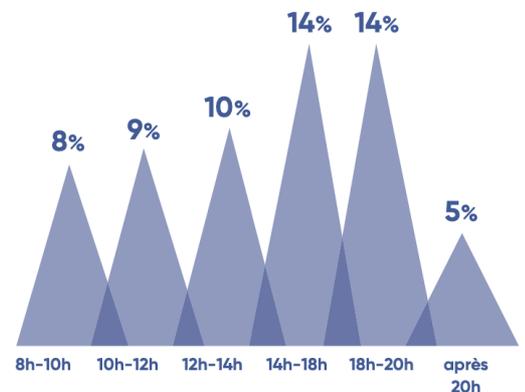


Le télétravail a cependant eu des conséquences sur la pratique. Plus flexibles en semaine, les runners courent davantage entre 14h et 18h (14% contre 9% en 2019) et moins en soirée, avec seulement 5% des sorties qui se font après 20h (contre 11% en 2019).

### La semaine en 2019



### La semaine en 2021



### 84% des runners imaginent l'avenir de leur pratique dans la nature

Le confinement a changé les mentalités. Désormais, les sportifs cherchent à davantage pratiquer des activités en extérieur. Ils aspirent à une pratique tournée vers la nature, ce qu'ils expérimentent déjà avec la course à pied. En effet, 94% des répondants ont couru en extérieur au cours des 12 derniers mois, mais leur pratique ne s'arrête pas là : 70% ont fait une randonnée sur une journée ou en itinérance, 55% une course de trail et 19% ont réalisé un week-end de micro-aventure. 45% vont même jusqu'à déclarer choisir leur lieu de vacances pour pouvoir courir. Un attrait qui s'explique à 62% par l'envie d'être au calme, 55% par le besoin de prendre l'air et d'éviter la pollution et à 48% par le besoin de découvrir de nouveaux horizons.

## Les runners sont à la recherche de nouveaux formats

Les compétitions mythiques comme le semi ou le marathon plaisent toujours autant aux runners désireux de se dépasser et d'établir des performances. 61% des sondés déclarent vouloir participer à une grande course populaire. Mais ils souhaitent aussi expérimenter de nouveaux formats : ils sont ainsi 42% à avoir participé à une course virtuelle en 2021.

*“Les courses virtuelles ont fait leur apparition en 2020 comme un palliatif à l’annulation des compétitions physiques. En 2021, les runners ont fait leur retour sur la ligne de départ des courses physiques. Comme on pouvait s’y attendre, on constate une diminution de la participation aux courses virtuelles. Mais elle reste très légère. Surtout, on constate qu’une grande partie des runners (1/3 d’entre eux) reste attirée par ce format devenu un complément des compétitions traditionnelles »* **déclare Paul-Emile Saab, CEO de Sport Heroes**

## 73% des runners sont sensibles à la cause environnementale

Les runners souhaitent soutenir des marques qui font preuve d’un engagement écologique. Ils sont 73% à être conscients des enjeux environnementaux et sensibles aux conditions de travail des salariés employés par ces entreprises.

En outre, 63% déclarent que les critères sociaux, à savoir l’égalité de genre et le respect des minorités, sont importants dans leur choix de marque de running. Les consommateurs se montrent de plus en plus exigeants, et 62% d’entre eux déclarent être prêts à boycotter les marques qui ne font pas assez d’efforts sur ces critères.

## Des runners de plus en plus connectés

Au-delà des montres connectées pour mesurer la performance, 50% des runners aiment s’informer sur les réseaux sociaux dans le cadre de leur pratique, et 17% suivent des grands champions du running pour s’inspirer.

Killian Jornet (12%), François d’Haene (10%) et Eliud Kipchoge (8%) sont les influenceurs du running les plus suivis.

Par ailleurs, 28% des répondants affirment être intéressés par l’essayage et l’achat de produits running via le metavers, et 35% sont intéressés par les courses en réalité virtuelle dans le metavers.

Des concepts qui intéressent les runners, mais qui restent encore anecdotiques dans la pratique.

*« Par cet Observatoire, nous constatons que les runners et leur pratique reflètent les grandes mutations de la société. Les résultats de cette année le confirment en traduisant parfaitement les nouvelles tendances constatées pendant la crise sanitaire : retour vers plus d’espace et de nature, nouveaux modes de consommation plus écoresponsables, besoin de sociabilisation et de pratique connectée. La prochaine édition sera l’occasion de s’assurer du caractère profond et durable de ces évolutions »* **conclut Virgile Caillet, Délégué Général Union Sport & Cycle**

##

## Notre méthodologie

Deux approches ont été développées pour concevoir l’ODR :

### L’analyse de la data

Nous utilisons les données de tracking issues de l’application Running Heroes. Elles nous permettent d’obtenir une photographie “réelle” de l’activité des runners de la communauté :

- 7 660 000 activités de running générées en 2021
- 67% Homme / 33% Femme
- Age Moyen : 31 ans

### **L'enquête qualitative**

En complément des données Big Data, nous avons réalisé un sondage auprès de 5 268 membres de la communauté Running Heroes, du 15 au 25 février 2022. Ces données nous permettent d'analyser plus finement les résultats et de mettre en exergue les différents segments de runners via des tris croisés (âge, genre, ancienneté & fréquence de pratique, ...)

A l'instar de nos précédentes publications, la robustesse de notre échantillon nous fournit **une image précise et riche des comportements des runners**, à défaut d'être totalement représentatif de l'ensemble des runners en France. Aussi, la sur-représentation des runners « compétiteurs » et « intensifs » parmi les répondants à notre enquête qualitative invite à apprécier avec les précautions nécessaires certaines réponses.

##

### **À propos de United Heroes**

United Heroes est une application de sport et de bien-être, créée en 2017, par Sport Heroes, pour motiver les collaborateurs. À mi-chemin entre la SportTech et la HappyTech, United Heroes incite les salariés à prendre soin d'eux et à pratiquer plus d'activité physique grâce à divers outils : challenges, coachings sportifs, contenus inclusifs, engagés et pouvant être personnalisés. <https://www.united-heroes.com/>

### **A propos de l'Union Sport & Cycle**

L'UNION sport & cycle est la première organisation professionnelle du secteur du sport, des loisirs, du cycle et de la mobilité active. Elle fédère 1 700 entreprises représentant plus de 3000 points de vente, 500 marques, plus de 2500 établissements sportifs, 80 000 salariés, et 12 milliards d'euros de chiffre d'affaires cumulé.

Elle a pour principal objet la représentation officielle de toutes les entreprises industrielles et commerciales du secteur économique des articles et équipements de sports, de loisirs, du cycle et de la mobilité.

#### **Contacts RP**

L'AgenceRP - Margaux Arranger  
[sportheroes@lagencerp.com](mailto:sportheroes@lagencerp.com) | 06 98 62 11 56

UNION sport & cycle – Guillaume Albors  
[guillaume.albors@unionsportcycle.com](mailto:guillaume.albors@unionsportcycle.com) | 06 15 51 11 48