



Pôle Ressources National
SPORTS de NATURE



La lettre du réseau national des sports de nature

> L'œil de l'expert

Depuis plus de 20 ans, l'industrie de la glisse se développe en France et en Europe à partir de la côte sud des Landes et du Pays basque. Aujourd'hui l'Aquitaine représente 34 % du marché européen des sports de glisse, ce dernier compte environ 385 entreprises et 3 200 emplois.

Les activités liées aux sports de glisse ont généré la création de nombreuses entreprises et c'est une véritable filière économique qui s'est développée sur le territoire aquitain représentant près de 1 000 emplois et un milliard et demi d'euros de chiffre d'affaires.

Cette économie constitue un atout indéniable pour l'Aquitaine et plus particulièrement pour la côte basco-landaise, qui bénéficie des retombées des principaux « spots » et pôles économiques pour accentuer leur notoriété internationale. L'organisation de compétitions mondiales de surf, qui se déroulent chaque année sur notre côte, engendre des retombées économiques indirectes sur l'offre touristique, et constitue un formidable vecteur d'image véhiculant modernité, sport et nature.

Pour soutenir cette filière essentielle pour l'économie landaise, la chambre de commerce et d'industrie des Landes

s'est naturellement associée aux services de l'État, aux collectivités locales et aux professionnels représentés par l'EuroSIMA cluster dont l'ambition est d'informer et d'accompagner les entreprises dans leurs démarches de développement. Faire participer les entreprises à des salons internationaux (ISPO à Munich, Bred & Butter...) pour prospecter, les accompagner dans la mise en place de produits éco-conçus et de leur affichage environnemental, les sensibiliser aux avantages compétitifs de l'éco innovation, les associer aux réflexions quotidiennes de la chambre de commerce et d'industrie des Landes.

Depuis maintenant deux ans, nous avons également créé, en concertation avec les professionnels de la filière, une école supérieure de design dans laquelle nous développons des enseignements par alternance, de l'année préparatoire à bac plus 3. Cette création répond à un besoin de cette filière qui conçoit des produits pour l'Europe entière et même pour certaines régions du monde.

Philippe JACQUEMAIN

Président de la chambre de commerce et d'industrie des Landes

n° 68 juin 2011

1. Les brèves du réseau > p.2
2. Personnalité > p.3
Rémi FORSANS
3. Le point sur... > p.4
L'organisation des équipementiers de sports de nature



Appel à candidatures pour l'organisation
des 2^{es} Nature & Sports Euro'Meet :
www.nature-sports.eu

Clôture de l'appel : 8 juillet 2011.

Directeur de publication : Jean-Jacques JANNIÈRE

Pôle ressources national des sports de nature
CREPS PACA, site de Vallon Pont d'Arc
BP 38 - 07150 Vallon Pont d'Arc

pm.sportsnature@jeunesse-sports.gouv.fr
ISSN : 1958-5101 - © PRNSN

Crédits photographiques : PRNSN
Messe Friedrichshafen | OutDoor Show |
www.outdoor-show.com



MINISTÈRE
DES SPORTS

CREPS PACA

1. Les brèves du réseau

> Actualités

➤ L'UFOLEP et les raids multisports de nature

L'offre UFOLEP en matière de raids multisports concerne environ 50 organisations fédérales annuelles représentant 9 000 participants.

L'UFOLEP a rassemblé le 27 mai 2011 ses comités départementaux et régionaux pour travailler à l'amélioration de cette offre et leur présenter les outils à disposition pour accompagner les organisateurs et les pratiquants dans leurs activités :

> la politique fédérale en faveur de manifestations éco responsables et les outils dédiés (charte « Raid'spect© » et méthode d'auto évaluation) ;

> des temps de partage d'expériences du réseau ;

> les outils du PRNSN et la politique du ministère des Sports.

➤ Comment le sport peut contribuer au développement durable des régions européennes ?

Suite à la publication par la Commission européenne de sa communication « Développer la dimension européenne du sport » (18 janvier 2011), le Comité des Régions (CdR) et le comité olympique européen ont tenu le 24 mai dernier une conférence sur « Politique régionale et sport ». L'objectif était de mettre l'accent sur le rôle du sport comme outil de développement régional et de réunir les points de vue des parties prenantes institutionnelles européennes et celles du monde du sport. Les échanges de cette journée viendront nourrir la rédaction de l'avis officiel du CdR sur la dimension européenne du sport, qui sera présenté pour adoption à la plénière du CdR en octobre prochain.

www.cor.europa.eu

➤ Activités en zone littorale

La première série de fiches de caractérisation des activités sportives se déroulant en zone littorale se trouve dans la nouvelle rubrique « activités en zone littorale » du site internet du réseau national des sports de nature.

L'objectif de ce travail est de doter les acteurs impliqués dans la gestion des espaces naturels et le développement maîtrisé des sports de nature, d'informations précises sur les activités sportives pour faciliter leur gestion.

En complément, un outil de présentation des enjeux dans l'espace littoral (acteurs publics, acteurs privés, espaces, utilisation, protection) éclairera prochainement une meilleure perception des activités. Enfin, une réflexion est menée par le groupe ressources littoral et l'agence des aires marines protégées sur une proposition de recherche « sports de nature et aires marines protégées » au titre du programme européen LIFE+, qui finance des projets contribuant au développement et à la mise en œuvre de la politique et du droit en matière d'environnement.

www.sportsdenature.gouv.fr

➤ Votre avis sur la lettre

Vous êtes une centaine de personnes à avoir renseigné l'enquête lectorat (34 % de femmes, 66 % d'hommes). Vous œuvrez principalement dans les domaines du sport, de l'environnement, du tourisme, de l'aménagement du territoire, et relevez en grande majorité d'associations, de services de l'État et de collectivités locales, dans lesquels vous exercez pour la plupart des missions de cadre dirigeant, cadre technique et agent de développement. 11 % seulement d'entre vous avaient répondu à l'enquête menée en 2007. Les contenus que vous recherchez et qui vous intéressent le plus sont les actualités : soit celles liées à l'information du moment, aux démarches innovantes et aux expérimentations en cours (55 %), soit celles liées au partage de connaissances et à la capitalisation de savoirs et de savoir-faire (45 %). La rubrique actualités « intéresse beaucoup » à 57,10 % et « intéresse assez » à 41,80 %. Parallèlement, seulement 8 % d'entre vous ont déjà proposé une actualité via le formulaire disponible sur le site du réseau. La rubrique qui suscite le moins d'intérêt est celle consacrée à un échange avec un acteur des sports de nature sous forme d'interview (« m'intéresse peu » à 37 % et « ne m'intéresse pas » à 8 %). Le volume et la fréquence de publication de la lettre du réseau des sports de nature remportent l'adhésion à plus de 90 %. Pour finir, 41 % d'entre vous ont déjà recommandé la lettre à un collègue. Votre lecture s'effectue de manière ciblée selon vos centres d'intérêts (56 %), et à l'écran pour 86 % d'entre vous. Nous vous remercions d'avoir renseigné cette enquête qui nous permettra de mieux répondre à vos attentes.

www.sportsdenature.gouv.fr

➤ Trophées du développement durable Midi-Pyrénées

Ces prix visent à récompenser des projets qui intègrent le respect de l'environnement et l'équité sociale tout en contribuant au développement économique. Le comité régional Midi-Pyrénées de canoë-kayak, lauréat de la catégorie « associations » a été retenu pour sa réalisation intitulée « cool de source ». Il s'agit de la mise en place d'une méthode et d'un réseau qualité en matière de développement des pratiques de canoë-kayak et disciplines associées. L'objectif de la charte est de faire du tourisme sportif un vecteur de développement local, éco responsable et citoyen, en matière d'aménagement du territoire.

www.crmppck.com

> Juridique

➤ Les nouveaux CREPS

Décret n° 2011-630 du 3 juin 2011 relatif aux centres de ressources, d'expertise et de performances sportives.

www.legifrance.gouv.fr

> En kiosque

➤ Mutualisation d'emploi : les associations ont leur guide de référence !

Accompagner les groupements d'employeurs associatifs, tel est le titre et l'objet de ce guide qui met à disposition des porteurs de projets des outils pratiques et méthodologiques pour les appuyer dans leur mission de conseil et d'accompagnement à la création et au développement des groupements d'employeurs associatifs, répondre aux questions des fédérations et associations et étudier la faisabilité des projets. S'articulant autour des principales

étapes de la création, ce guide rappelle également le fonctionnement juridique et fiscal ; il revisite les idées reçues et apporte des réponses concrètes aux porteurs de projet. Une version électronique est disponible en ligne.

www.sports.gouv.fr

➤ Pour des activités subaquatiques responsables

Inciter et aider les clubs de plongée et ses licenciés à inscrire leurs actions dans une logique de développement durable, tel est l'objectif visé par la Fédération Française d'Études et de Sports Sous-Marins (FFESSM) à travers l'édition du guide « Pour des activités subaquatiques éco-responsables » comprenant 26 fiches-actions illustrant la sensibilisation du public sur le milieu sous-marin, les modes de préservation mis en place auprès des plongeurs, l'implication dans les discussions sur les usages durables du milieu sous-marin. Ce guide reprend les principales méthodes et ressources sur le sujet, pour aider chacun à se situer et à s'investir pour le développement durable du sport.

Il est téléchargeable sur le site de la FFESSM.

www.ffessm.fr

Proposer une actualité
S'abonner à la lettre
Formulaires disponibles rubrique La Lettre
www.sportsdenature.gouv.fr

> Rémi FORSANS

Outdoor Sports Valley (OSV) est une jeune association fédérant, le long de l'arc alpin, les industries du sport outdoor et plus particulièrement celles des sports de montagne et de glisse hivernale en général. Ses frontières, en constante évolution, englobent des milliers de salariés issus de l'industrie des sports et loisirs ainsi que de nombreux sièges sociaux des entreprises de ce secteur. Nous avons interrogé Rémi FORSANS, son directeur exécutif, pour apprécier les convergences de vue avec le réseau national des sports de nature.

PRNSN : Annecy accueille en octobre la première édition des Nature & Sports Euro'Meet. Quel intérêt voit OSV à cette organisation ?

RF : Nature & Sports Euro'Meet me semble une bonne porte d'entrée pour une communication entre le service public du sport et l'industrie, qui ne se connaissent qu'insuffisamment. Il faut donc souhaiter que la dimension de l'événement convienne à tous et que l'industrie s'y retrouve. L'intérêt de l'échange est néanmoins évident : il faut créer les conditions d'une communication efficace entre les secteurs public et privé. Le constat est clair : aucune marque mondiale n'émane d'Europe depuis vingt ans. Alors que l'âge moyen de la population augmente rapidement, les Européens disposent de temps pour leur pratique sportive, du pouvoir d'achat pour soutenir la consommation, d'un savoir-faire industriel et ils sont sensibilisés à l'intérêt de la pratique pour leur bien-être. Les conditions sont donc réunies pour hisser l'économie européenne du sport au niveau de l'Asie ou des États-Unis. Pour cela, les Nature & Sports Euro'Meet peuvent être l'occasion de mieux se connaître, voire de s'engager ensemble sous une forme de pilotage à définir.

PRNSN : La semaine suivante, OSV organise l'European Outdoor Forum. Quelle convergence vois-tu entre ces manifestations ?

RF : Nature & Sports Euro'Meet rassemble autour d'une vision publique ; l'European Outdoor Forum s'adresse au milieu de l'industrie. Les deux opérations sont complémentaires, mais la synthèse des deux approches nécessite un travail collectif pour faire émerger des ambitions communes. Ces deux événements majeurs sont une chance pour la France, qui les porte, et pour l'Europe à terme. Dans les deux cas, les thématiques de l'innovation, de la santé, du développement durable et de la pratique sportive devraient émerger et il faudra les approfondir.

PRNSN : Tu as abandonné tes activités de consultant et de dirigeant d'entreprise pour accompagner un projet public de rassemblement des forces vives de l'outdoor au sein d'OSV. Quels enseignements tires-tu de la première année de fonctionnement ?

RF : Il faut rappeler que l'origine d'OSV est une initiative publique. Le constat de la présence d'un grand nombre d'entreprises de sports de nature autour d'Annecy était en effet partagé,

mais sans connaissance de leur nombre ou de leurs activités. Une première tentative de rassemblement n'ayant pas abouti, la décision a été prise de dupliquer à Annecy le modèle qui avait fonctionné avec EuroSIMA, dont je suis le vice-président. Avec le soutien d'EuroSIMA, j'ai alors été recruté en 2009 pour mettre en œuvre le projet, formaliser les besoins et rassembler les ressources financières. Au quotidien, OSV s'appuie sur une réelle disponibilité de chefs d'entreprises qui donnent vraiment de leur temps pour mieux travailler ensemble. Les secteurs clés d'intervention d'OSV auprès de ses membres sont la formation (former les futurs managers, techniciens et commerciaux internationaux de l'industrie du sport), les services (pour pérenniser et sécuriser les entreprises, accompagner les créateurs, réduire les coûts, faciliter les recrutements, attirer de nouveaux acteurs, mutualiser des prestations, installer une plateforme de tests de matériel à Chamonix... entre autres services) et les événements (pour dynamiser internationalement la reconnaissance de la vallée). Un pôle développement durable est transversal à l'ensemble.

« Une vingtaine d'entreprises d'outdoor se sont installées à Annecy depuis la création d'OSV »

OSV a été créée en avril 2010 ; en juin 2011, il y a une soixantaine de membres. Le premier bilan est donc celui d'une réussite. Le défi n'était pas gagné d'avance, mais nous avons la surprise d'atteindre l'objectif beaucoup plus vite que notre modèle EuroSIMA lors de son lancement. L'essai reste néanmoins à transformer : nous agissons pour obtenir une reconnaissance internationale et pour cela nous nous associons à l'European Outdoor Group et l'Outdoor Industry Association (USA). Dès cette première année, notre observatoire économique nous indique que 220 marques d'outdoor sont implantées en Haute-Savoie et qu'une vingtaine d'entreprises d'outdoor se sont installées à Annecy depuis la création d'OSV ! Annecy dispose probablement de la plus forte densité européenne d'entreprise s'outdoor au km², et cela se traduit immédiatement par un partage de connaissances dans le domaine du développement durable ou par le développement de l'emploi. OSV entend jouer un rôle majeur pour l'avenir de l'industrie des sports de nature en Europe, à l'instar de la Silicon Valley... en identifiant les bonnes initiatives et en s'associant pour les développer.



À titre personnel, je n'ai aucun regret pour mes activités précédentes ! Je vis une expérience peu courante, faite de développement et d'ouverture, au croisement des secteurs de l'entreprise, du sport et du secteur public.

PRNSN : À l'éclairage de ton expérience au sein d'EuroSIMA et d'OSV, quel message délivres-tu au réseau national des sports de nature ?

RF : Il faut se doter au plus vite d'un pilotage commun aux secteurs du sport, de l'environnement, du développement durable, de l'industrie et de la santé. La première priorité est de percevoir et d'éclairer les tendances ; la seconde est d'apporter informations et services aux opérateurs de terrain et encourager la pratique. Je pense en particulier aux maires qui ont besoin d'une veille permanente, qui n'est pas à leur portée, et qui doivent être extrêmement réactifs.

Il s'agit de rapprocher les territoires et les décisions. Un pilotage souple, léger, mobile, est nécessaire. Il faut agir vite : le facteur temps est l'axe le plus important. Il faut s'entourer d'acteurs pertinents sans être pléthoriques. Il faut, enfin, court-circuiter les intermédiaires quand leur trop grand nombre dilue les responsabilités.

Rémi FORSANS en quelques dates :

- 1987 : créateur d'entreprise dans le commerce de sport de détail
- 1995 : directeur général d'entreprise nationale de sport (F2 France)
- 2000 : président d'entreprise nationale de sport (boards and more France)
- 2004 : consultant international senior pour l'industrie du sport
- 2004 : rédacteur BtoB d'un magazine de sport européen (boardsports source)
- 2004 : vice président d'Eurosima

rforsans@agglo-annecy.fr



3. Le point sur...

> L'organisation des équipementiers de sports de nature

Depuis la consécration des sports de nature par leur inscription en 2000 dans la loi puis dans le Code du sport, leur développement maîtrisé a été piloté par le ministère en charge des Sports en lien avec les ministères chargés de l'Environnement et du Tourisme, en étroite relation avec leurs partenaires et réseaux privilégiés, au premier rang desquels figurent les conseils généraux et le mouvement sportif. Dans le périmètre d'intervention des ministères chargés de l'Industrie et du Commerce, les « équipementiers » industriels, distributeurs et importateurs d'équipements sportifs sont organisés en réseaux et apparaissent dans le champ des sports de nature.

➔ Historiquement, des fédérations

Deux organisations centralisées recouvrent depuis de nombreuses années les activités des équipementiers sur le territoire national :

> la Fédération des Professionnels des entreprises du Sport et des loisirs (FPS) est une organisation professionnelle de plus de 1700 entreprises constituées en réseaux d'enseignes, de marques ou indépendantes. Le 3 mai 2011, la FPS et l'État (ministère de l'Écologie, ministère des Sports et délégation interministérielle au Développement durable) ont signé une convention « Sport & Environnement » visant principalement à la sensibilisation des pratiquants à un comportement éco-responsable, la réduction de l'impact environnemental des magasins et le développement de la pratique du vélo ;

> la Fédération française des industries du sport et des loisirs (FIFAS), fondée en 1930 autour du camping puis développée au service de l'ensemble des industries, réunit 300 marques détenues par 80 groupes ou entreprises.

Il faut noter que, si le cœur de métier de chacune de ces entités distinguait initialement leurs rôles respectifs, l'apparition des marques de distributeurs¹ génère une ambiguïté dans la mesure où des entreprises relèvent désormais des deux fédérations.

Au niveau local, les entreprises peuvent également compter sur les services des Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI), rassemblées au sein de l'Assemblée des CCI françaises.

➔ Récemment, des grappes d'entreprises

Depuis le début des années 2000 apparaissent de nouvelles formes de concentration d'entreprises, sous le nom de « grappe d'entreprises » (constituée d'entreprises unies par une communauté d'intérêts [...], des complémentarités ou des interdépendances et développant volontairement des relations de coopération dans un ou plusieurs domaines), « cluster » ou « pôle de compétitivité », qui permettent aux acteurs de provoquer une dynamique positive autour d'un site symbolique. Quatre grappes d'entreprises « sports de nature » ont été labellisées le 21 janvier 2011 par la Délégation interministérielle à l'Aménagement du Territoire et à l'Attractivité Régionale (DATAR) :

> European Surf Industry Manufacturers (EuroSIMA), pour le secteur de la glisse, déjà labellisée en 2005, regroupe des entreprises principalement basées dans le sud-ouest de la France. EuroSIMA a une envergure européenne, pour une activité d'environ 400 entreprises et 3500 emplois directs ;

> Outdoor Sports Valley (OSV), pour le secteur de l'outdoor, a été créée en 2010 et regroupe les industries de l'arc alpin de Grenoble à Innsbruck, autour de l'agglomération d'Annecy et dans les pays limitrophes ;

> le pôle nautique de Canet-en-Roussillon, parc d'activités dédié à l'industrie nautique de plaisance ;

> enfin, Sport / Loisirs / Montagne, retenu pour créer un guichet unique au service de la filière rhônalpine par la fusion des précédents clusters CIM (industries de la montagne, déjà labellisé en 2006) et Sporaltec (équipements sportifs, labellisé dès 2005), devrait rester organisé autour de CIM pendant que Sporaltec rejoindrait OSV.



➔ Une maturité à échelle continentale

Le secteur de l'outdoor et des sports de nature² européen dispose de longue date d'outils majeurs, tels les salons professionnels Outdoor show (890 exposants annoncés en 2011), ISPO (2267 exposants en 2011 pour les sports d'hiver) et EuroBike (1100 exposants en 2010 pour le cyclisme).

La dynamique dans laquelle s'inscrivent les initiatives françaises de grappes d'entreprises montre une maturité certaine du secteur.



Celle-ci est confirmée avec la création, en 2003, de l'association European Outdoor Group (EOG), indépendamment de la World Federation of the Sporting Goods Industry (WFSGI), la fédération internationale des biens sportifs, qui était jusqu'à présent la seule fédération représentative.

La tendance lourde d'initiatives autour de l'outdoor est illustrée par l'existence d'associations nationales ou transnationales, comme le Scandinavian Outdoor Group dès 2000 ou l'Italian Outdoor Group. Aux États-Unis, l'Outdoor Industry Association (OIA) existe depuis 1989. Dans ce pays où le mouvement sportif occupe une moindre place, l'OIA et sa fondation Outdoor foundation portent des initiatives solides en matière de développement de la pratique sportive de nature.

Force est de constater que les intérêts des réseaux du sport, du tourisme, de l'environnement, de l'industrie et du commerce convergent, ou peuvent converger. Après que les Rencontres nationales du tourisme et des loisirs sportifs de nature aient été portées de 2003 à 2010 par des collectivités accompagnées des acteurs du sport, du tourisme et de l'environnement, Annecy accueillera en octobre 2011 la première édition des Nature & Sports Euro'Meet ; signe des temps, la communauté d'agglomération d'Annecy, qui est l'organisateur, entretient des relations très étroites avec Outdoor Sports Valley...

À ce stade, les relations établies permettent d'envisager de futurs travaux communs, notamment sur une meilleure connaissance des pratiquants, qui pourraient donner lieu à un observatoire partagé des pratiques et pratiquants de sports de nature.

1 : une marque de distributeur, ou marque propre, permet à une enseigne de proposer dans ses points de vente des équipements portant son nom. Cela permet de cumuler les marges (et les risques) de la fabrication et de la distribution du produit.

2 : la nuance entre outdoor et sports de nature a été abordée dans la lettre du réseau national des sports de nature n° 61 de novembre 2010.

Pour en savoir plus :
francis.gaillard@jeunesse-sports.gouv.fr