



Le poids économique du sport en 2006

En 2006, la dépense sportive en France s'est élevée à 31,7 milliards d'euros, soit une progression de 4,3 % en valeur par rapport à 2005.

Cette dépense est principalement supportée par les ménages (50 % du total) et les financeurs publics (40 %), notamment les communes qui assument près des deux tiers des efforts publics ; la part des entreprises (10 %) poursuit sa progression, avec des dépenses de parrainage sportif particulièrement soutenues du fait de deux grands événements en 2006 : les Jeux Olympiques d'hiver en Italie et la Coupe du Monde de football en Allemagne.

Le déficit de la balance commerciale « sport » accuse une légère dégradation, du fait d'un repli dans certains secteurs excédentaires, notamment le nautisme.

On estime à environ 205 000 le nombre de personnes ayant, en 2006, un emploi à temps plein ou à temps partiel dans le « noyau dur » du secteur sportif (activités liées au sport, emplois publics dans le domaine du sport), soit une augmentation de 2,8 % par rapport à 2005.

En 2006 la dépense nationale sportive a atteint 31,7 milliards d'euros (*tableau 1*) : elle enregistre une croissance de 4,3 % par rapport à 2005. Cette dépense progresse régulièrement depuis le début de la décennie et représente, en 2006, près de 1,8 % du Produit Intérieur Brut (PIB).

La dépense sportive est mesurée par les efforts financiers effectués dans ce domaine, par les ménages, les acteurs publics (État et collectivités locales) et les entreprises.

Les ménages contribuent à hauteur de 50 % de cette dépense, l'État (10 %) et les collectivités territoriales (30 %) en assument près de la moitié, la part des entreprises représentant 10 % de la dépense totale.

Ce sont les dépenses publiques (État et collectivités locales) qui ont le plus progressé en 2006 (+6 %), devant celles des ménages (+3 %) et celles des entreprises (+3 %).

Depuis 2000, la contribution des ménages se maintient à hauteur de la moitié des dépenses sportives, tandis que la part des entreprises progresse de trois points (passant de 7 à 10 %) au détriment de celle des financeurs publics (*cf. tableau 4 sur les dépenses publiques*).

En milliards d'euros courants	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Evolution 2006/2000
Ménages	12,3	12,8	13,4	14,1	14,7	15,2	15,7	27,6 %
Etat	2,8	2,9	3,1	3,2	3,1	3,0	3,2	14,3 %
Collectivités locales	7,6	7,8	7,9	7,9	8,6	9,1	9,6	26,3 %
Entreprises	1,7	2,0	2,3	2,2	2,5	3,1	3,2	88,2 %
TOTAL	24,4	25,5	26,7	27,4	28,9	30,4	31,7	29,9 %
En % du PIB	1,69 %	1,70 %	1,72 %	1,72 %	1,74 %	1,76 %	1,75%	3,6 %

Source : INSEE / Ministère de la Santé, de la Jeunesse, des Sports et de la Vie Associative

Des achats soutenus d'articles et de services sportifs

En 2006, la consommation de biens et services sportifs atteint 15,7 milliards d'euros (tableau 2), soit une progression de 3,5 %, après +2,9 % en 2005. C'est toutefois, un point de moins que l'augmentation de la consommation finale des ménages¹ en France (+4,5 %).

La consommation de biens et services sportifs représente environ 1,6 % de la consommation finale des ménages, et ce depuis le début de la décennie. Cependant, on assiste depuis 1995 à une « déformation » progressive de la consommation en biens et services sportifs [1] au profit des services : la part de ces derniers est passée de 36 % à 43 %, tandis que celle des biens s'est contractée symétriquement de 64 % à 57 %. Cette évolution est plus atténuée au niveau de la consommation totale des ménages où la part des services (hors loyers) est passée de 37 % à 40 %. L'INSEE note (dans son édition 2007 « les services en France ») que les services achetés par les ménages progressent toujours plus vite que l'ensemble de leurs dépenses.

Cette progression s'est effectuée au détriment des biens de consommation plus traditionnels (habillement, alimentation, ...). Cette évolution provient pour partie du mouvement sur les prix, ceux des biens industriels augmentant tendanciellement moins vite que ceux des services. L'Indice global INSEE des Prix à la Consommation a augmenté, sur la période 1995-2006, de 20,9 % : + 27,1 % pour les services et seulement + 2,2 % pour les biens (produits manufacturés hors énergie).

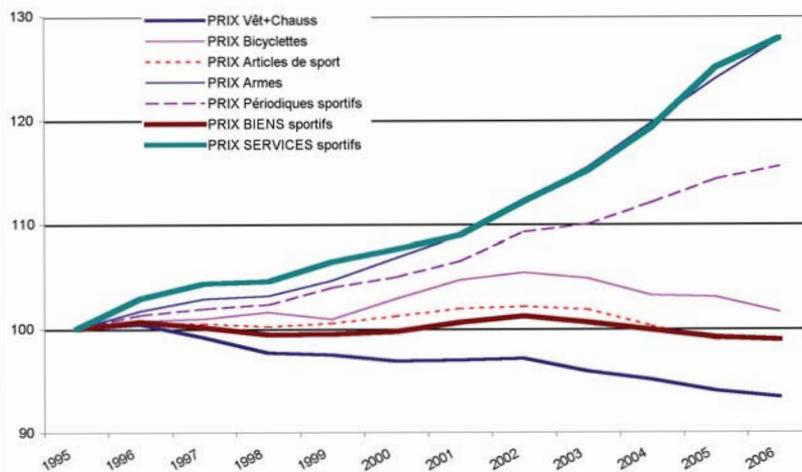
La consommation sportive des ménages profite en 2006 de la vigueur des secteurs des services sportifs, des articles de sport, ainsi que du nautisme.

Pour ce qui concerne les biens (8,9 milliards d'euros), les achats de vêtements de sport sont à nouveau en repli (-2 %, après -5 % en 2005) ; les achats de chaussures de sport ralentissent (+0,3 % après +2 % l'an passé). Le poste « articles de sport² » reste la première composante du chapitre des biens sportifs (près de 2,6 milliards d'euros, soit 29 % du total) et progresse à un rythme soutenu (+5,3 %, contre +3,8 % en 2005). En revanche, le dynamisme de la consommation marque le pas pour certains biens

durables : c'est notamment le cas des ventes de bicyclettes (3,5 millions d'unités vendues) qui stagnent (-0,8 %), après la forte progression enregistrée entre 2002 et 2005 (+25 %). Le poids des grandes surfaces multisports sur le marché national du cycle progresse et atteint près de 50 % du volume des ventes. Cette évolution s'accompagne d'une nouvelle baisse du prix moyen du cycle. Selon le Conseil National des Professions du Cycle, la France est le 4^{ème} pays consommateur de cycles par habitant avec 5,7 vélos pour 100 habitants, derrière le Japon, les Pays-Bas et les Etats-Unis.

Les achats de services sportifs par les ménages (services fournis par les clubs sportifs, les centres de loisirs sportifs ou encore l'achat de billets pour assister aux spectacles sportifs) représentaient 6,8 milliards d'euros en 2006, soit une augmentation de 5,7 % par rapport à 2005. Sur les dix dernières années, c'est le poste pour lequel la consommation des ménages a le plus augmenté, tous biens et services confondus.

Graphique I : Consommation des ménages : évolution des prix (base 100 en 1995)



Source : INSEE / Ministère de la Santé, de la Jeunesse, des Sports et de la Vie associative

1. Soit au sens de la Comptabilité Nationale les dépenses que les ménages supportent directement (elle diffère de la consommation finale effective, laquelle inclut les transferts sociaux individualisés, tels la santé ou l'éducation).

2. Selon le SESSI (Ministère de l'Industrie) la fabrication d'articles de sport reste un secteur surtout constitué de PMI. C'est la région Rhône Alpes qui concentre la majorité des effectifs salariés, elle est spécialisée dans la fabrication de matériels de sports d'hiver, où quelques sociétés sont leaders mondiaux. A l'inverse, des produits plus courants (ballons, raquettes de tennis,...) ne sont plus fabriqués en France.

TABLEAU 2

La consommation des ménages en biens et services sportifs (En milliards d'euros courants)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Evolution 2006/2005	Evolution 2006/2000	Structure 2000	Structure 2006
Vêtements de sport	1,55	1,58	1,63	1,76	1,82	1,73	1,70	-2,0 %	9,7 %	12,7 %	10,8 %
Chaussures de sport	1,65	1,69	1,83	1,94	1,98	2,02	2,03	0,3 %	23,0 %	13,5 %	12,9 %
Sous total vêtements et chaussures	3,20	3,27	3,46	3,70	3,80	3,75	3,73	-0,5 %	16,6 %	26,1 %	23,7 %
<i>Evol. en valeur (années N / N-1)</i>		2,2 %	5,8 %	6,9 %	2,7 %	-1,3 %	-0,5 %				
Bateaux	1,01	0,98	0,99	0,90	0,92	0,94	1,00	6,4 %	-1,0 %	8,2 %	6,4 %
Avions	0,05	0,05	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,0 %	-20,0 %	0,4 %	0,3 %
Bicyclettes	0,95	0,95	0,99	1,08	1,20	1,24	1,23	-0,8 %	29,5 %	7,8 %	7,8 %
Sous total biens durables	2,01	1,98	2,02	2,02	2,16	2,22	2,27	2,3 %	12,9 %	16,4 %	14,4 %
<i>Evol. en valeur (années N / N-1)</i>		-1,5 %	2,0 %	0,0 %	6,9 %	2,8 %	2,3 %				
Articles de sport	1,94	2,05	2,16	2,30	2,38	2,47	2,60	5,3 %	34,0 %	15,8 %	16,5 %
Armes	0,10	0,11	0,11	0,11	0,11	0,12	0,12	0,0 %	20,0 %	0,8 %	0,8 %
Périodiques sportifs	0,18	0,17	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,0 %	0,0 %	1,5 %	1,1 %
Sous total autres biens	2,22	2,33	2,45	2,59	2,67	2,77	2,90	4,7 %	30,6 %	18,1 %	18,5 %
<i>Evol. en valeur (années N / N-1)</i>		5,0 %	5,2 %	5,7 %	3,1 %	3,7 %	4,7 %				
Total Biens	7,43	7,58	7,93	8,31	8,63	8,74	8,90	1,8 %	19,8 %	60,7 %	56,7 %
<i>Evol. en valeur (années N / N-1)</i>		2,0 %	4,6 %	4,8 %	3,8 %	1,3 %	1,8 %				
Services (activités sportives, ou liées au sport)	4,82	5,17	5,50	5,82	6,12	6,44	6,81	5,7 %	41,3 %	39,3 %	43,3 %
<i>Evol. en valeur (années N / N-1)</i>		7,3 %	6,4 %	5,8 %	5,1 %	5,2 %	5,7 %				
TOTAL	12,25	12,75	13,43	14,13	14,75	15,18	15,71	3,5 %	45,3 %	100 %	100 %
<i>Evolution annuelle en valeur</i>		4,1 %	5,3 %	5,2 %	4,4 %	2,9 %	3,5 %				
Evol. Conso. des ménages		4,3 %	3,3 %	4,0 %	4,5 %	4,5 %	4,5 %				

Source : INSEE Comptes Nationaux

L'évolution, en valeur, de la consommation de biens et services est la combinaison de deux mouvements : l'évolution des volumes (quantités de biens et services) consommés et l'évolution des prix de ces biens et services consommés. Cette décomposition permet de constater que sur la période 1995-2006, les consommations en volume de biens et de services ont suivi une tendance relativement

comparable : +35,1 % pour les biens et +40,2 % pour les services. En revanche, le constat est très différent pour les prix : ceux des services sportifs ont augmenté de 27,8 % entre 1995 et 2006, avec une croissance continue, et même une accélération depuis 2001, tandis que les prix des biens ont quasiment stagné sur toute la période (indice égal à 98,9 en 2006, base 100 en 1995) (cf. tableau 3 et graphique 1).

Si le prix des armes et celui des périodiques sportifs évoluent toujours à la hausse, ceux des articles de sport et surtout ceux de l'habillement sportif se contractent régulièrement. Après une progression quasi continue depuis 1995, le prix des bicyclettes est en baisse depuis 2003, et retrouve en 2006 un niveau comparable à celui de 1998.

TABLEAU 3

Consommation des ménages en biens et services sportifs : volume et prix

(Indices base 100 en 1995)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
PRIX Vêt+Chauss	100	100,4	99,1	97,7	97,5	96,9	97,0	97,1	95,9	95,1	94,0	93,4
PRIX Bicyclettes	100	100,7	100,9	101,6	100,9	102,9	104,6	105,4	104,8	103,2	103,0	101,6
PRIX Articles de sport	100	100,6	100,4	100,2	100,5	101,2	101,9	102,1	101,8	100,2	98,9	98,9
PRIX Armes	100	101,7	102,8	103,1	104,6	106,8	108,9	112,1	115,4	119,7	123,9	127,7
PRIX Périodiques sportifs	100	101,3	101,9	102,3	103,9	104,9	106,5	109,3	110,0	112,0	114,3	115,5
PRIX Total BIENS	100	100,7	100,1	99,4	99,5	99,7	100,6	101,2	100,6	99,8	99,2	98,9
PRIX SERVICES sportifs	100	102,9	104,3	104,5	106,4	107,6	108,9	112,2	115,1	119,3	125,0	127,8
VOL Total Biens	100	98,6	99,5	106,0	109,0	111,9	113,2	117,7	124,1	129,8	132,3	135,1
VOL Services sportifs	100	101,8	104,4	110,0	116,2	117,9	124,9	129,0	133,0	135,0	135,5	140,2

Source : INSEE /Ministère de la Santé, de la Jeunesse, des Sports et de la Vie associative

Une mode de l'habillement sportif

L'étude annuelle sur la consommation des chaussures de sport (source : NPD Sports Tracking Europe) estime qu'en 2006 le marché a connu une année étonnante, tandis que le marché du textile sport reculait de 2 % en valeur ainsi qu'en volume.

Le prix moyen de la chaussure de sport a baissé en 2006, s'établissant à 41 euros. Les chaussures à plus de 100 euros font moins recette qu'auparavant. Plus d'une paire de chaussures sur deux a été achetée à prix réduit (promotions, soldes,...). Les chaussures de sport restent plus souvent portées à l'extérieur des enceintes sportives qu'à l'intérieur : seulement un tiers d'entre elles est réellement utilisé pour la pratique d'un sport, et environ la moitié des vêtements de sport est achetée pour pratiquer une activité physique ou sportive. Cette proportion est nettement plus faible chez les moins de 25 ans, ce qui confirme l'importance du facteur « mode ».

La femme serait-elle l'avenir du sport ? NPD indique que la clientèle féminine est la plus dynamique du marché du sport, les femmes représentant désormais 40 % du marché textile sport et loisirs. A présent, de nombreuses marques de sport traditionnelles font appel à de grands noms de la « haute

couture » pour créer des collections de vêtements de sport, et inversement des grands noms de la mode s'inspirent de l'univers du sport pour dessiner leurs collections. Le marché tend à se féminiser, les femmes n'achètent pas nécessairement leurs chaussures de sport dans les magasins spécialisés, mais volontiers via d'autres circuits (internet, boutiques de mode, discount,...). Les plus jeunes constituent également une cible porteuse : 18 % du chiffre d'affaires est réalisé avec les moins de 11 ans. De plus, arrivés à l'âge adulte, ils conservent des habitudes de consommation qui consolident la diffusion des marques de sport. Enfin, le marché du sport dédié aux seniors (55 ans et plus) est en constante progression (+8 % par an en valeur, selon l'enquête NPD). En effet, l'allongement de la durée de vie conjugue au maintien d'une bonne condition physique font que les seniors restent très actifs. Ils pratiquent de nombreuses activités sportives, et consomment notamment des produits pour la randonnée, la course à pied, la natation et le vélo.

L'Enquête Budget des familles³ (INSEE 2006) [2], concernant le poste agrégant articles de sport (ainsi qu'articles de loisirs de plein air) et services sportifs (et récréatifs), indique que les ménages y consacrent en moyenne environ 400 euros par an (dont 64 % en services).

Par catégories socioprofessionnelles, les cadres dépensent en moyenne près de 1 000 euros par an, soit 2,5 fois plus que la moyenne. Par ailleurs, ils consacrent une plus grande partie de ces dépenses à l'achat de prestations de services sportifs (73 %) ; cette part est plus faible chez les agriculteurs (60 %) et les ouvriers (50 %).

Par type de ménage, les dépenses du couple s'accroissent naturellement avec le nombre d'enfants : un couple avec enfants dépense, en moyenne, 2,5 fois plus qu'un couple sans enfants. Les familles monoparentales engagent également des montants supérieurs aux couples sans enfants, qui achètent relativement moins de services. Les personnes seules se caractérisent par une dépense annuelle beaucoup moins élevée (à peine 160 euros, soit 40 % du niveau moyen), mais une part importante de prestations de services sportifs (70 %). Concernant l'habillement sportif, les ménages dépensent en moyenne 195 euros par an (117 euros en chaussures et 78 euros en vêtements). Par catégories socio-professionnelles, ce sont les cadres qui dépensent en moyenne le plus (300 euros), tout juste devant les ouvriers (285 euros). En revanche, les retraités, les autres inactifs, ainsi que les agriculteurs, enregistrent un niveau de dépenses inférieur à la moyenne.

Les communes assument les deux tiers des dépenses publiques

Depuis le début de la décennie, les dépenses sportives des collectivités territoriales ont progressé de 25,6 % et celles de l'État de 15 %. Au sein des dépenses de l'État, les contributions les plus importantes sont celles du ministère en charge du Sport et celles du ministère chargé de l'Éducation nationale. Pour ce dernier, il s'agit principalement des dépenses consacrées à l'éducation physique et sportive dans l'enseignement primaire et secondaire.

En 2006 la dépense sportive de l'État augmente de 3,6 %, après avoir marqué le pas en 2005 (-0,7 %). Cette augmentation tient principalement à un effort plus marqué du ministère chargé des Sports : sa part atteint un quart des dépenses de l'État contre 21 % l'an passé.

Toutefois, les collectivités territoriales, au premier rang desquelles les communes (tableau 4), assurent la plus grande partie des efforts financiers pour l'organisation et la pratique du sport. Ainsi, en 2006, les montants engagés par les collectivités étaient trois fois supérieurs aux sommes consacrées par l'État. Ce rapport s'est même accentué au

cours des dernières années, puisqu'il n'était que de 2,5 en 2002.

Outre les mises à disposition, fréquemment à titre gratuit, d'équipements sportifs, le montant financé par les communes, calculé sur la base de leur budget total, atteint 8,4 milliards d'euros en 2006. Il est en progression de 4,4 % par rapport à 2005, et représente près des deux tiers de l'ensemble des dépenses publiques (12,8 milliards d'euros). En 2006, les dépenses sportives des départements s'établissaient à 0,8 milliard d'euros (+ 9,8 %) et celles des régions à 0,4 milliard d'euros (+12,7 %). La part croissante des dépenses des départements et des régions, au sein des dépenses publiques, renforce également le poids des collectivités territoriales dans le financement du sport. Départements et régions représentent globalement 9,4 % des dépenses publiques, contre seulement 6,7 % au début de la décennie. En six ans, le montant des dépenses sportives des communes a crû de 21 %, tandis que celui du couple départements régions a augmenté de 71 %.

Structurellement, 48,1 % des montants engagés en matière de sport par les collectivités territoriales en 2006 sont des dépenses d'investissement et 51,9 % sont des charges de fonctionnement. Ce sont les communes et

les départements qui ont le plus investi (respectivement 49 % et 48 % de leurs dépenses), devant les régions (40 %). A titre de comparaison, en 2006 les communes consacraient 40 % de leurs dépenses totales (100 milliards d'euros) aux investissements, les régions 46 % et les départements 28 %.

Le recensement des équipements sportifs (RES) [3] souligne l'ancrage territorial des équipements sportifs, espaces et sites de pratiques. Les communes sont au premier rang des collectivités territoriales : elles sont propriétaires d'environ trois quarts des équipements sportifs traditionnels (hors espaces et sites de sport nature) et gèrent 70 % de ce parc. Selon leur taille, les communes se dotent de certains types d'équipement : à partir de 1 000 habitants, elles disposent d'au moins d'un équipement sportif. Ainsi, dans les communes de moins de 5 000 habitants, ce sont majoritairement des terrains de pétanque (20 %), des courts de tennis (12 %) ou des terrains de football (10 %) qui sont construits, alors que dans les communes de plus de 100 000 habitants, les équipements sont plus diversifiés : salles multisports (8 %), courts de tennis (8 %), terrains de football (7 %), plateaux EPS (7 %) et salles de musculation (7 %).

3. L'enquête Budget de Famille 2006 a été réalisée auprès d'un échantillon de 10 240 ménages (France métropolitaine). Effectuée tous les cinq ans environ (1979, 1984, 1989, 1995, 2001, 2006), cette enquête vise à reconstituer toute la comptabilité des ménages : dépenses, consommations et ressources. Pour chaque ménage enquêté, sont collectés la nature des dépenses, leur montant, et le cas échéant la quantité achetée, ainsi que le lieu d'achat. Toutes les dépenses sont couvertes : logement, alimentation, habillement, santé, transports, loisirs...

TABLEAU 4

Les dépenses publiques

(milliards d'euros courants)

Dépense effectuée par	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Evolution 2006/2000	Structure 2000	2006
L'Etat	dont 2,80	2,92	3,09	3,15	3,05	3,03	3,22	15,0 %	26,9%	25,2 %
Ministère de l'éducation nationale	2,03	2,08	2,20	2,30	2,21	2,24	2,32	14,3 %	19,5 %	18,2 %
Ministère des sports	0,52	0,56	0,60	0,62	0,65	0,64	0,80	53,8 %	5,0 %	6,3 %
autres ministères	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,0 %	0,5 %	0,4 %
emplois-jeunes	0,20	0,23	0,24	0,18	0,14	0,10	0,05	-75,0 %	1,9 %	0,4 %
Collectivités territoriales	dont 7,60	7,82	7,86	7,87	8,65	9,09	9,55	25,6 %	73,1 %	74,8 %
Communes	6,88	7,01	6,95	6,91	7,57	8,0	8,35	21,4 %	66,2 %	65,4 %
Départements	0,50	0,52	0,57	0,60	0,69	0,7	0,77	54,0 %	4,8 %	6,0 %
Régions	0,20	0,27	0,32	0,34	0,37	0,38	0,43	115,0 %	1,9 %	3,4 %
emplois-jeunes	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,01	0,0	-50,0 %	0,2 %	0,0 %
TOTAL	10,40	10,74	10,95	11,02	11,70	12,12	12,77	22,8 %	100%	100%

Source : source : estimations compte du sport/Ministère de la Santé, de la Jeunesse, des Sports et de la Vie associative

Les entreprises ont accru leurs dépenses de parrainage sportif

Au cours de l'année 2006, se sont déroulés les Jeux Olympiques d'hiver en Italie et la Coupe du Monde de football en Allemagne. De tels événements sportifs ont un impact économique, notamment sur les dépenses des entreprises dans les domaines liés au sport. Ainsi, ces dépenses ont progressé de 3,2 %, avec notamment une augmentation de 12,8 % pour la composante « parrainage sportif ». Depuis le début de la décennie les dépenses de sponsoring ont crû de près de 75 % (+100 % pour les droits de retransmissions audiovisuelles).

Une balance commerciale « sport » encore chahutée en 2006

Pour la troisième année consécutive le déficit de la balance commerciale (tableau 5) se creuse : il s'établit à -615 millions d'euros, après -474 millions en 2005 et -405 millions en 2004. Dans un contexte de dynamisme des échanges, les importations ont, en 2006,

progressé plus nettement que les exportations (respectivement +6,9 % et +2,8 %). De ce fait, le taux de couverture (rapport entre les exportations et les importations de biens sportifs) se contracte à 81 % en 2006, contre 85 % en 2005 et 86 % en 2004. Parmi les postes pesant sur la balance, le secteur nautique est principalement affecté par un doublement des importations de bateaux à voile et une nette augmentation des achats à l'étranger de bateaux à moteur.

Le poste « avions-planeurs et autres véhicules aériens » reste excédentaire malgré la chute de son taux de couverture, due au doublement de ses importations et à la réduction de moitié de ses exportations. Concernant l'autre poste excédentaire « skis, surfs et fixations », les importations sont en légère progression (+3,5 %), tandis que les exportations marquent le pas (-2,5 %). Cet effet de ciseau se traduit par une nouvelle contraction du taux de couverture ; il demeure toutefois à un niveau élevé (153 %). Le taux de couverture des échanges de chaussures de ski s'améliore à nouveau : il

s'établit à 60 %, après 51 % en 2005 et 39 % en 2004. Il est à noter que le marché national des sports de neige demeure le deuxième marché mondial, ex-aequo avec l'Allemagne et le Canada, derrière les Etats-Unis (source : NPD Group). Par ailleurs, la baisse des importations de bicyclettes explique principalement la progression du taux de couverture dans ce secteur, de 60 %, en 2004 et 2005, à 71 % en 2006.

On constate également un effort de résistance sur les positions traditionnellement déficitaires. C'est notamment le cas des secteurs de l'habillement sportif (maillots de bains, chaussures de sport, survêtements), fortement concurrencés par le marché asiatique. L'investissement immatériel dans la marque (par le marketing, la communication ou la distribution) est devenu stratégique pour résister face aux pays à bas coûts. Ainsi, les industriels français se sont recentrés sur la créativité, la réactivité, la valeur ajoutée et sur les activités relevant des services et du commerce [4].

TABLEAU 5

Les échanges extérieurs

en milliers d'euros courants	Importations				Exportations				Taux de couverture
	2004	2005	2006	évol. 06/05	2004	2005	2006	évol. 06/05	
Bateaux à voile	80 245	100 117	196 658	96,4%	528 918	536 205	574 434	7,1%	2,92
Skis, surfs et fixations	148 231	182 559	189 031	3,5%	280 654	296 983	289 620	-2,5%	1,53
Bicyclettes et accessoires	425 746	449 853	397 269	-11,7%	256 768	271 247	281 377	3,7%	0,71
Bateaux à moteur	461 285	628 367	713 079	13,5%	449 183	540 009	556 066	3,0%	0,78
Maillots de bain	173 165	169 771	179 273	5,6%	112 004	113 914	111 465	-2,2%	0,62
Chaussures de ski et surf	183 995	167 090	162 113	-3,0%	90 852	92 409	97 136	5,1%	0,60
Chaussures de sport	355 303	334 001	306 434	-8,3%	95 526	89 557	96 177	7,4%	0,31
Matériel pour la pêche	64 989	66 218	67 144	1,4%	45 694	47 620	47 150	-1,0%	0,70
Avions, planeurs et autres	12 965	12 003	24 137	101,1%	73 320	70 322	36 812	-47,7%	1,53
Armes	67 732	61 634	70 952	15,1%	37 766	43 842	47 734	8,9%	0,67
Survêtements de sport	112 762	101 306	90 643	-10,5%	32 850	29 653	27 709	-6,6%	0,31
Autres	797 328	821 441	911 231	10,9%	474 790	488 197	526 448	7,8%	0,58
TOTAL	2 883 746	3 094 361	3 307 964	6,9%	2 478 324	2 619 960	2 692 128	2,8%	0,81

Source : Direction des douanes - Banque BEAXNET (données révisées). Les données des années antérieures figurent dans les STAT-Info des années précédentes [5].

Un « noyau dur » d'environ 205 000 emplois

Sur la base des données disponibles, on estime, qu'en 2006, le secteur sportif comptait un « noyau dur » d'environ 205 000 emplois, contre 199 000 en 2005, soit une croissance de 2,8 %. Les effectifs dénombrés sont des effectifs physiques, le terme "emploi" désignant les personnes actives, à temps plein ou à temps partiel. On distingue plusieurs composantes de l'emploi sportif :

- les emplois qui correspondent aux activités identifiées dans la nomenclature d'activités françaises (NAF) comme étant des activités liées au sport : la « gestion d'installations sportives » (NAF92.6A) et les « autres activités sportives » (NAF92.6C). Elles incluent notamment l'organisation et la gestion d'activités sportives, les activités de promotion et d'organisation de manifestations sportives, ainsi que l'enseignement sportif. En 2006 ces deux types d'activités concernaient 26 663 établissements et employaient 106 128 salariés, niveau d'emploi en hausse de 5,2 % par rapport à 2005, après un recul de 1 % l'année précédente.

Cette progression est d'autant plus notable qu'elle intervient dans un contexte de réduction du nombre des emplois-jeunes dans les associations sportives : de 8 015 en 2005, ils passent à 3 894 en 2006.

- les emplois des personnels, dépendant de l'État et des collectivités territoriales, qui exercent dans le domaine du sport (directeurs des sports, animateurs, enseignants,...). Fin 2006, on comptait 53 664 emplois de cette nature au sein des collectivités territoriales et près de 44 700 enseignants d'éducation physique et sportive (en baisse de 1 % par rapport à 2005) dépendant du ministère chargé de l'Éducation nationale (dont 34 181 dans le second degré public et 2 462 en STAPS).

Outre ce « noyau dur » d'environ 205 000 emplois, de nombreux emplois relèvent de la production de biens et de services sportifs (dans la construction des équipements sportifs, la fabrication et le commerce d'habillement et de matériel de sport, ainsi que dans les services) :

Ainsi, les secteurs du « commerce de détail d'articles de sport » comptent 52 000 salariés en 2006, soit une progression de 1,9 % par

rapport à 2005 et de près de 18 % depuis le début de la décennie. Le secteur de la « construction de bateaux de plaisance » emploie 12 700 salariés : ses effectifs sont en croissance de 3,3 % par rapport à 2005 et de près de 25 % depuis 2000. À l'inverse, on enregistre en 2006 un nouveau recul dans le secteur de la « fabrication d'articles de sport » (7 000 salariés, soit -6,3 % par rapport à 2005) et un nouveau repli pour la « fabrication de bicyclettes », après une stagnation entre 2002 et 2004. Ce secteur a perdu près de 38 % de ses effectifs depuis 2000, avec une baisse de 7,7 % en 2006.

Au total, ces quatre secteurs totalisaient 73 500 salariés en 2006, soit une augmentation de 1 % par rapport à 2005.

Pour en savoir plus :

- [1] « 40 ans de services culturels et récréatifs » : Insee Première – août 2004.
- [2] « Le budget des familles 2006 », Insee résultats - société, n° 73, décembre 2007. Insee Première (n°1165, novembre 2007) : « quels lieux d'achat pour quels produits ».
- [3] « Recensement des équipements sportifs, espaces et sites de pratiques » (MJSVA, plaquette juin 2006). Un outil d'exploitation est mis en ligne sur www.res-jeunesse-sports.gouv.fr
- [4] « L'industrie de l'habillement », SESSI - 4 pages des statistiques industrielles N°233 - juillet 2007.
- [5] « Le poids économique du sport en 2005 », STAT-Info n°07-03, MJSVA novembre 2007, « Le poids économique du sport en 2004 », STAT-Info n°07-02, MJSVA janvier 2007, « Le poids économique du sport en 2003 », STAT-Info n°06-03, MJSVA janvier 2006.

STAT-INFO est le bulletin de la Mission statistique du secteur sport, jeunesse et vie associative du ministère de la Santé, de la Jeunesse, des Sports et de la Vie Associative.

Direction de la publication : Yann Dyèvre

Rédacteur en chef : Brahim Laouisset

Secrétariat de rédaction : Florence Pierval-Lévy

Direction artistique et maquette : Imprimerie Nationale

Site Internet : www.jeunesse-sports.gouv.fr

Adresse administrative : 95 avenue de France – 75650 PARIS CEDEX 13

Adresse électronique : stat@jeunesse-sports.gouv.fr – Tél : 01 40 45 92 96