TRY TO EN

Mars 2026

ÉTUDE DE MARCHÉ

Le comportement d'achat d'équipements sportifs

RUNNING • TRAIL • CYCLISME • TRIATHLON



1 500 PERSONNES SOLLICITÉES → **300** RÉPONDANTS (20% de participation)

Enquête réalisée en France Mars 2026

RUNNING / TRAIL 55%
CYCLISME 25%
TRIATHLON 20%

LES 10 QUESTIONS CLÉS – LES RÉSULTATS

1 Fréquence d'achat d'équipements



1x/an 36%
2–3x/an 41%
4x+/an 23%

2 Budget annuel équipement



< 200€ 27%
200–500€ 47%
500€+ 26%

3 Difficulté à choisir son équipement



76% déclarent avoir des difficultés

4 Achat déjà regretté



67% ont déjà regretté un achat

5 Importance du test avant achat

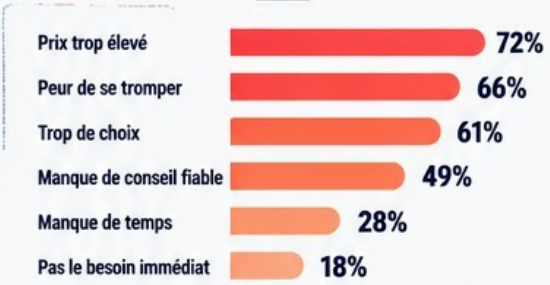


81% jugent le test très important

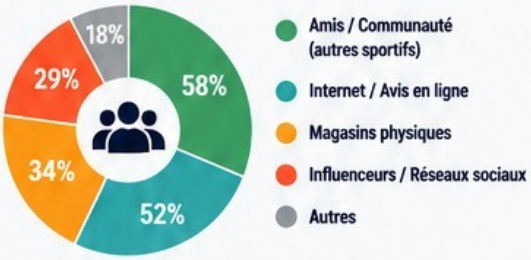




FREINS À L'ACHAT



SOURCES D'INFLUENCE



UNE PRATIQUE EN ÉVOLUTION



62% suivent un plan d'entrainement



41% utilisent une application sportive



64% pratiquent régulièrement en groupe



42% courent au moins 1 fois par semaine

OÙ ET COMMENT ACHÈTENT LES SPORTIFS ?



54% testent en magasin mais achètent en ligne

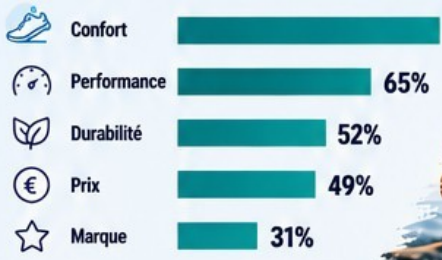


61% achètent principalement en ligne



39% achètent principalement en magasin

CRITÈRES DÉTERMINANTS D'ACHAT





LES INSIGHTS CLÉS

Un besoin massif de test avant achat
81% jugent le test important, mais seulement 23% y ont accès aujourd'hui.

La peur de se tromper presque aussi forte que le prix
66% craignent de faire un mauvais choix.

L'influence sociale au cœur de la décision
58% se fient aux recommandations d'autres sportifs et 64% pratiquent en groupe.

Une pratique plus exigeante et structurée
62% suivent un plan d'entrainement et recherchent performance, confort et durabilité.

> "Les sportifs ne veulent plus acheter un produit. Ils veulent être sûrs qu'il est fait pour eux."

72% seraient intéressés par une solution de test ou de location avant achat



Méthodologie : Enquête réalisée en France en Mars 2026 auprès de 1 500 personnes sollicitées, dont 300 répondants (20% de participation).
Sports concernés : Running, Trail, Cyclisme, Triathlon. Tous niveaux de pratique.