



ÉCONOMIE Durant la période de Noël, le marché du sport bat son plein. Cette année encore, le cadeau sportif, sous toutes ses formes, sera en bonne place sous le sapin

A Noël, du sport sous le sapin

« **A** Noël, offrez du sport. » Le slogan de la campagne publicitaire choisi par l'enseigne Decathlon correspondra bien

avec les cadeaux que préparent beaucoup de Français. Les articles liés au sport, sous toutes ses formes, seront très présents sous le sapin. « *Le sport est l'un des centres d'intérêt majeur des Français* », explique Pierre de La Ville-Baugé, directeur associé de Sport Market, agence de conseil spécialisée dans le marketing sportif. « *Le cadeau sportif à Noël demeure un incontournable avec ses effets de mode et ses classiques.* »

Parmi eux, le livre figure toujours en bonne place. Les amateurs de ballon ovale pourront se laisser séduire par l'imposant ouvrage de Françoise et Serge Laget, Philippe Cazaban et Gilles Montgermont, *XV, l'incroyable aventure du rugby* (Éd. Chronique, 350 p., 39 €). Deux biographies de figures du sport sont aussi parues récemment : *Mohamed Ali, sa vie, ses combats*, de Thomas Hauser (Éd. Premium, 640 p., 24,90 €), et *Gino le Juste, Bartali, une autre histoire de l'Italie*, de Jean-Paul Vespinì (Éd. Le Pas d'oiseau, 176 p., 18 €). Ce dernier ouvrage revient

sur l'histoire du grand cycliste italien, honoré par le Mémorial de Yad Vashem pour avoir sauvé près de 800 juifs durant la Seconde Guerre mondiale. Autre classique, pour le matériel plus lourd, le vélo reste une valeur sûre de Noël pour les petits et les grands, du VTT au vélo de route dernier cri.

Les jeux vidéo consacrés au sport et plus particulièrement au football sont également des produits phares. Les deux adversaires, *Fifa 15* et *PES 2015* se livrent depuis des années une intense concurrence. Le basket tire aussi son épingle du jeu, et pour la première fois depuis la Coupe du monde 2011, le rugby possède également sa place sur les consoles avec l'arrivée de *Rugby 15*, qui a acquis les droits des championnats de France de Top 14 et de Pro D2.

Les firmes de commerce d'articles de sport connaissent aussi une certaine effervescence. « *La période de Noël représente 10 % du chiffre d'affaires de l'année*, explique Jean-Philippe Frey, responsable des études à la Fédération professionnelle des entreprises du sport et des loisirs qui rassemble plus de 1 300 entreprises dont Go Sport, Sport 2000 ou Intersport. *L'univers du sport est assez vaste et touche toute la population avec le textile ou les chaussures, les équipements plus lourds (vélo, skis...) et le monde de la haute technologie sportive.* »

Ces objets connectés ou innovants sont particulièrement en vogue. De la caméra embarquée miniature GoPro à la montre

GPS en passant par le sous-pull thermorégulateur, ce genre d'articles est particulièrement prisé alors que la pratique du sport en extérieur se développe fortement, chez les hommes et les femmes. « *On constate que les habitués de la course à pied profitent de la période de Noël pour s'offrir l'accessoire de haute technologie qui leur manque* », assure Xavier Rivoire, directeur de la communication de Decathlon. La période des fêtes de fin d'année est un moment propice pour les marques de mettre en valeur leurs nouveautés ou la diversité de leur offre.

C'est particulièrement vrai pour l'univers des produits dérivés des clubs de football ou de rugby. Longtemps en pointe dans ce secteur, l'Olympique lyonnais s'est fait dépasser par le Paris SG qui mise beaucoup sur son développement commercial pour augmenter ses recettes. « *Les clubs cherchent à montrer leur capacité à répondre à tous les besoins de leurs supporters* », analyse Pierre de La Ville-Baugé. Le PSG propose ainsi des jeux de société, des peluches à l'effigie des joueurs, un bloc de pelouse du Parc des Princes ou une bande dessinée qui raconte l'histoire d'un groupe d'amis qui intègrent la PSG Academy.

Enfin, l'univers du coffret cadeau (*lire ci-contre*) s'est également engouffré dans la brèche du sport. La plupart de ces sociétés proposent des box dans le domaine sport et aventure pour offrir un saut en parachute, un stage de pilotage ou une excursion en rafting.

ARNAUD BEVILACQUA



Stadiumbox, le premier coffret cadeau de places de sport

À Noël, le marché du coffret cadeau bat son plein. Depuis deux ans, Stadiumbox s'est positionné dans le domaine du sport en proposant d'offrir deux places pour un match au choix valable pendant un an. Disponible dans plus de 350 points de vente dont les magasins Auchan, ce coffret offre un choix parmi sept clubs de Ligue 1 de football (Saint-Étienne, Marseille, Lyon...) et les rencontres de l'équipe de France. Stadiumbox est également disponible pour cinq équipes de

rugby et se développe dans le basket, le handball ou le sport automobile (24 heures du Mans). « C'est un cadeau facile à faire, assure Bertrand de Roquefeuil, cofondateur. Le coffret Olympique de Marseille est celui qui marche le mieux parce que le club compte des supporters dans toute la France. La période de Noël représente 60 % de nos ventes et nous constatons que beaucoup de nos clients sont des femmes qui offrent un coffret à leur mari ou à leur enfant. »

