

# **LE MARCHÉ DES ENTREPRISES DE PLEIN AIR**

*Juillet 2025*

<b>Objectifs.....</b>	<b>3</b>
<b>Méthodologie.....</b>	<b>3</b>
<b>Les caractéristiques des entreprises de plein air.....</b>	<b>4</b>
Année de création et nature de l'entreprise.....	4
Implantation (lieu d'accueil et zone géographique).....	5
Les lieux de pratique.....	6
Les activités proposées.....	6
<b>Organisation générale de l'activité dans l'année et la journée.....</b>	<b>9</b>
Organisation dans la saison, l'année, la journée.....	9
Analyse selon les activités.....	10
<b>Formes des activités.....</b>	<b>13</b>
Les outils numériques.....	13
Formes de groupements.....	13
Certifications.....	14
<b>Les espaces proposés.....</b>	<b>15</b>
<b>Développement durable.....</b>	<b>16</b>
<b>L'offre commerciale des entreprises.....</b>	<b>17</b>
Nombre de clients et fidélisation.....	17
Les tarifs et formes de paiement.....	18
Modes de réservation et moyens de paiement.....	22
<b>La communication.....</b>	<b>23</b>
<b>Performance économique et emploi.....</b>	<b>24</b>
Chiffre d'affaires et répartition des dépenses.....	24
L'emploi.....	26
Recrutement et hébergement.....	27
<b>Perspectives.....</b>	<b>29</b>
Évolution du CA et de l'emploi.....	29
Risque de fermeture.....	30
Les principales difficultés rencontrées.....	31
<b>Extrapolations.....</b>	<b>32</b>

**L'ENQUÊTE DILIGENTÉE PAR ACTIVE-FNEAPL A POUR OBJECTIF DE PRODUIRE DES DONNÉES RÉCENTES SUR LA SITUATION DU SECTEUR DE L'OUTDOOR POUR PERMETTRE AUX ENTREPRISES DE SE SITUER DANS UN MARCHÉ EN CONSTANTE ÉVOLUTION ET EN PLEIN ESSOR. EN EFFET, LES CHIFFRES CLÉS DU SPORT EN FRANCE (INJEP, 2023) METTENT EN ÉVIDENCE QUE, DANS PLUS D'1/3 DES CAS, LES PRATIQUES SPORTIVES DES FRANÇAIS ONT LIEU EN PLEIN AIR ET EN MILIEU NATUREL. LES ANALYSES ÉCONOMIQUES SOULIGNENT LE DYNAMISME DU SECTEUR. IL S'AGIT ICI DE DONNER DES INDICATEURS PRÉCIS.**

Une enquête par questionnaire a été envoyée à une liste de plus de 15000 contacts d'entreprises proposant des activités physiques de plein air. Ce listing est le fruit d'une fusion entre les adhérents à Active-FNEAPL et une recherche de contacts de la part de l'entreprise Cérès.

### **LE QUESTIONNAIRE PERMETTAIT D'IDENTIFIER :**

- La situation économique des entreprises : évolution du CA, nombre d'emplois, nombre de clients, etc.
- L'analyse de l'offre en matière de prix et d'activités : ticket moyen du consommateur-client, etc.
- Les besoins d'emplois et dynamiques de recrutement : nombre de salariés actuels, turnover, conditions d'emplois (saisonnalité, contrat de travail, durée, quotité horaire, salaires, etc.)
- La prospective : difficultés à venir, besoins futurs, etc.

**L'enquête a été administrée entre octobre 2024 et mai 2025.**

# LES CARACTÉRISTIQUES DES ENTREPRISES DE PLEIN AIR

## Année de création et nature de l'entreprise

**Les 3/4 de structures interrogées sont des entreprises.** La forme juridique la plus fréquente est la **SARL** (27,8%) suivie de la SAS (19,1%) et de la micro-entreprise (21%) (signalée dans les réponses Autres avec les associations à hauteur de 9% pour ces dernières

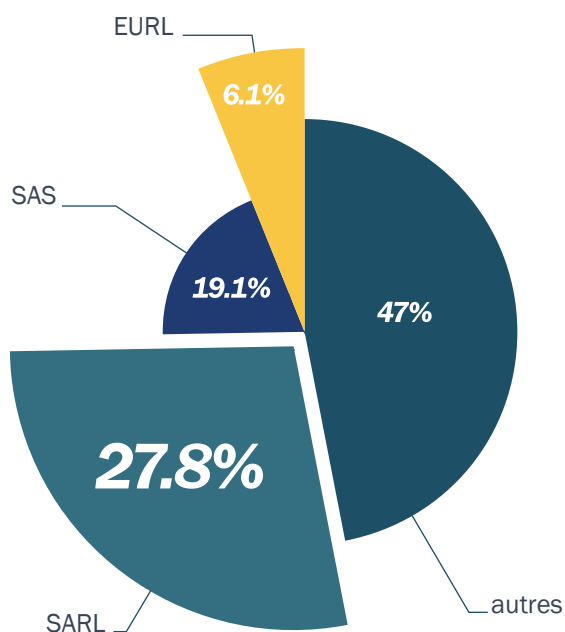


Figure 1. Répartition des entreprises selon leur forme juridique

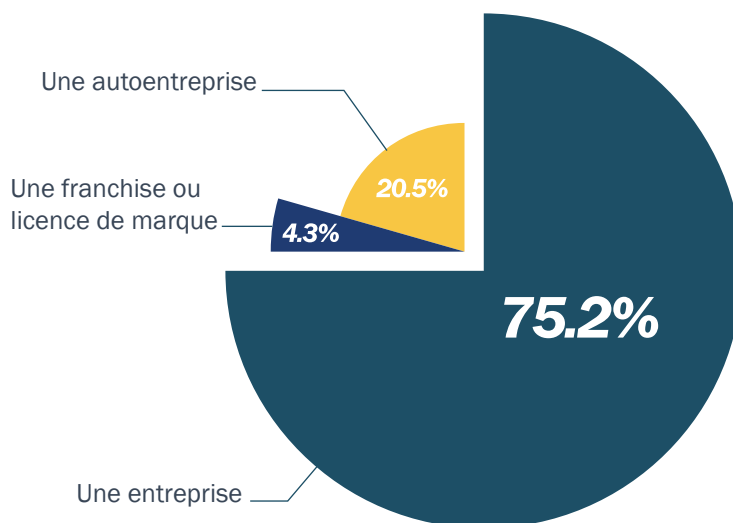


Figure 2. Répartition des types d'entreprises

# LES CARACTÉRISTIQUES DES ENTREPRISES DE PLEIN AIR

## Implantation (lieu d'accueil et zone géographique)

La plupart (49,1%) des entreprises sont situées **hors zone urbaine**.

Les régions les plus représentées sont les régions du Sud (Auvergne-Rhône-Alpes, PACA, Occitanie, Nouvelle Aquitaine) et la Bretagne.

Figure 3. Localisation des entreprises

- Hors zone urbaine
- En périphérie
- En centre ville

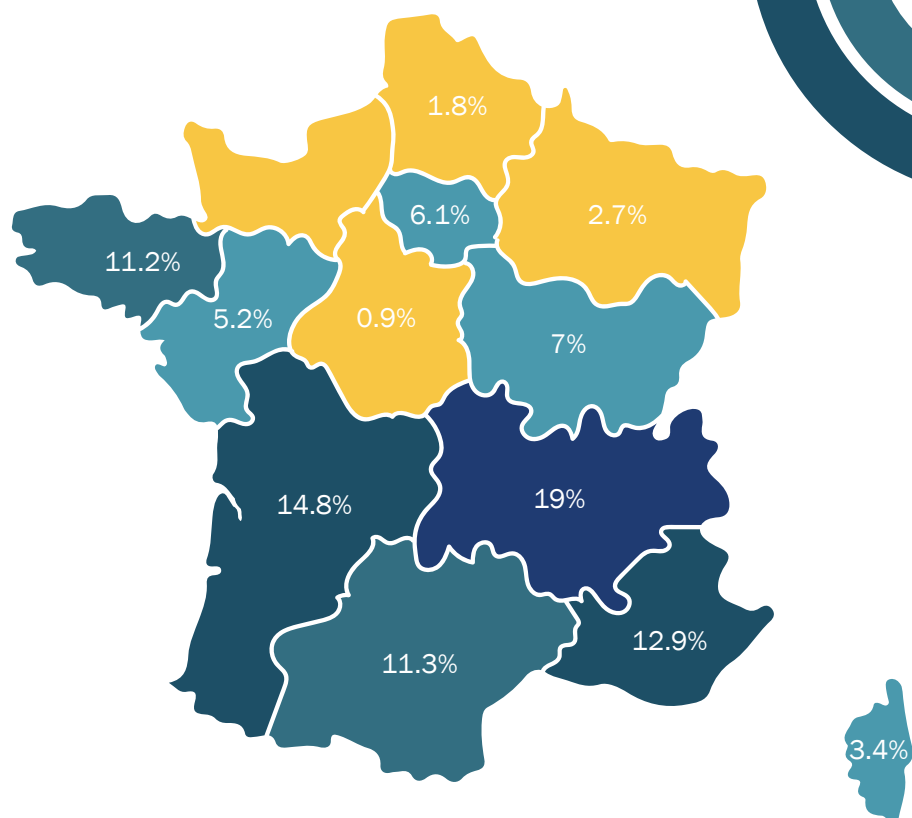
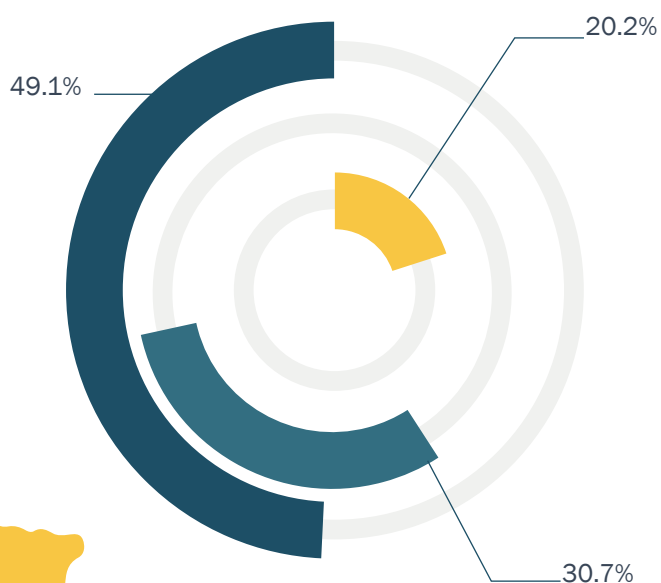


Figure 4. Répartition géographique des entreprises interrogées

# LES CARACTÉRISTIQUES DES ENTREPRISES DE PLEIN AIR

## Les lieux de pratique

Le lieu de pratique qui arrive en tête est la mer (38,5% des répondants) suivie de près par la montagne (36,8% des répondants) puis de la campagne (32,5%) et de la rivière (29,1%) et enfin de la forêt (26,5%).

Dans la catégorie Autre ont été mentionnées des espaces aménagés spécifiques (carrière, manège, fosse de plongée...).

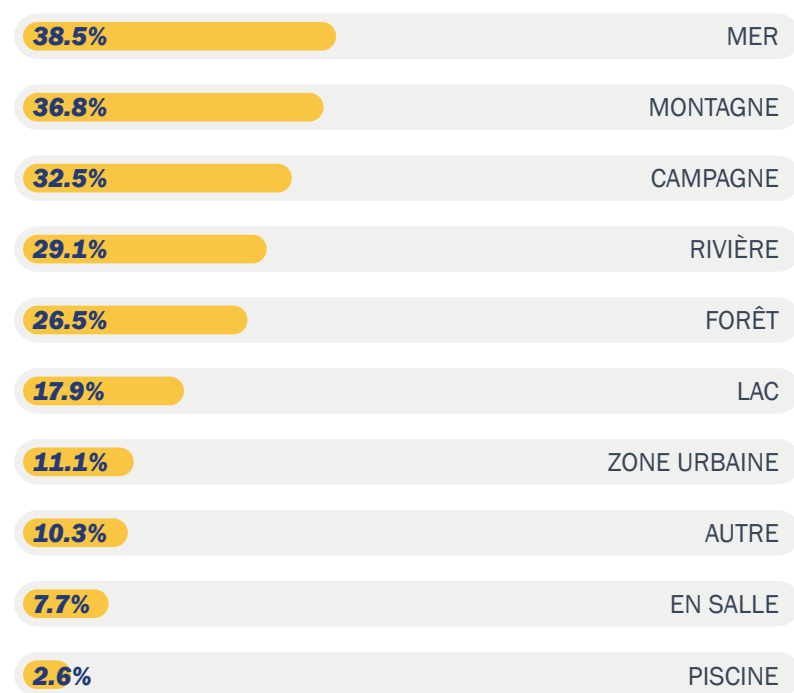


Figure 5. Lieux de pratique

<sup>1</sup> Engins de déplacements personnels motorisés.

## Les activités proposées

**Les 2/3 des structures sont spécialisées.**

Les activités les plus représentées sont dans l'ordre : plongée sous-marine (et disciplines associées pour 20,5% des répondants), canoé kayak et disciplines associées (17,1%), canyoning et disciplines associées (17,1%) puis loisirs aériens, escalade et VTT et enfin voile, randonnées et EDPM<sup>1</sup> (les balades en trottinette y tiennent une bonne place).

Parmi les activités dans la rubrique « Autre » on trouve : via ferrata, spéléologie, ski nordique, alpinisme, marche nordique, tir à l'arc, course d'orientation, escape games.

Si l'on classe les activités en **trois grandes familles**, les activités nautiques représentent 47,9% des répondants et les activités terrestres 42,7%. Les loisirs aériens sont en plus faible proportion avec 13,7%.

## LES CARACTÉRISTIQUES DES ENTREPRISES DE PLEIN AIR

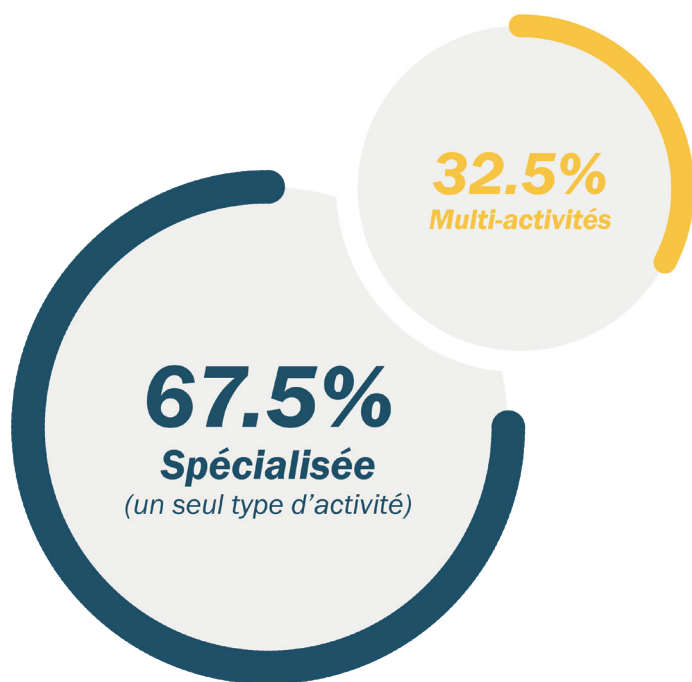


Figure 6. Types de structures selon l'offre d'activités

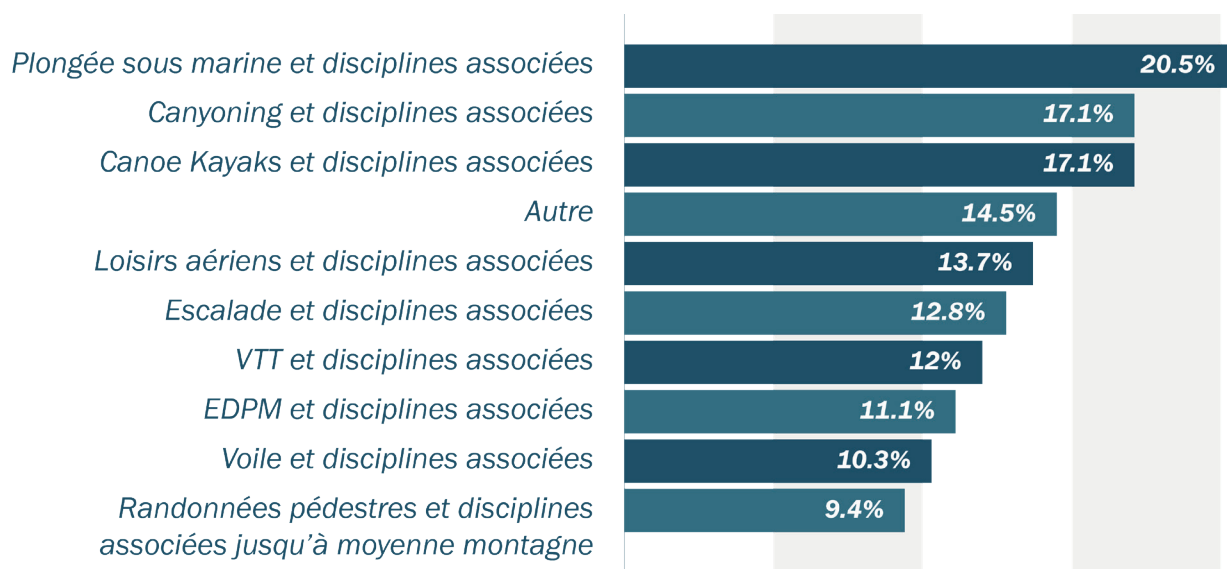


Figure 7. Activités les plus fréquentes

## LES CARACTÉRISTIQUES DES ENTREPRISES DE PLEIN AIR

**40 entreprises ont signalé de nouvelles tendances en 2024. Parmi elles : apnée, wing foil, bivouac, dog rafting, excursions viticoles, découvertes flore et faune (marine), santé et bien-être.**

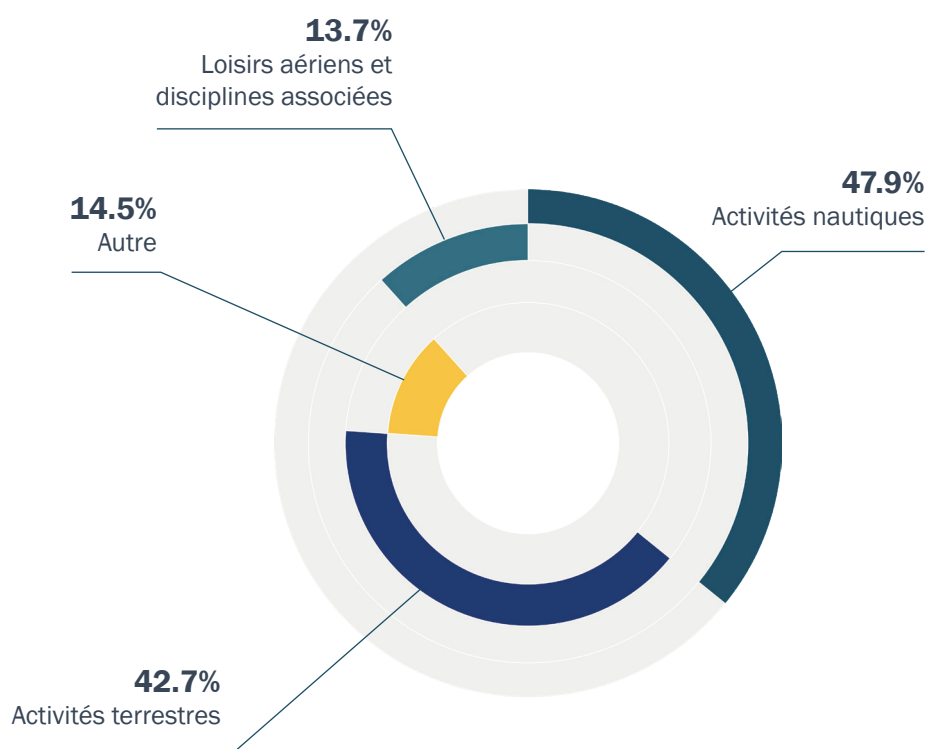


Figure 8. Répartition des structures par familles d'activité (nautiques, terrestre, aériennes)



# ORGANISATION GÉNÉRALE DE L'ACTIVITÉ DANS L'ANNÉE ET LA JOURNÉE

## Organisation dans la saison, l'année, la journée

**Les entreprises sont en moyenne actives sur 9,7 mois** (avec un écart type de 2,5 mois).

Elles le sont pour **45,5% d'entre elles sur les 12 mois de l'année**. 33,9% sont actives moins de 9 mois et 20,5% de 9 à moins de 12 mois.

Sur les 115 entreprises ayant répondu à la question des mois **d'ouverture plus de 90% sont ouvertes en avril, mai, juin, juillet, août, septembre**.

**Dans 61,4% des cas les entreprises sont ouvertes l'été** et 6,8% l'hiver. 40,9% le sont toute l'année.

**Les entreprises sont ouvertes en moyenne 9H par jour**. 42,1% le sont plus de 10H.

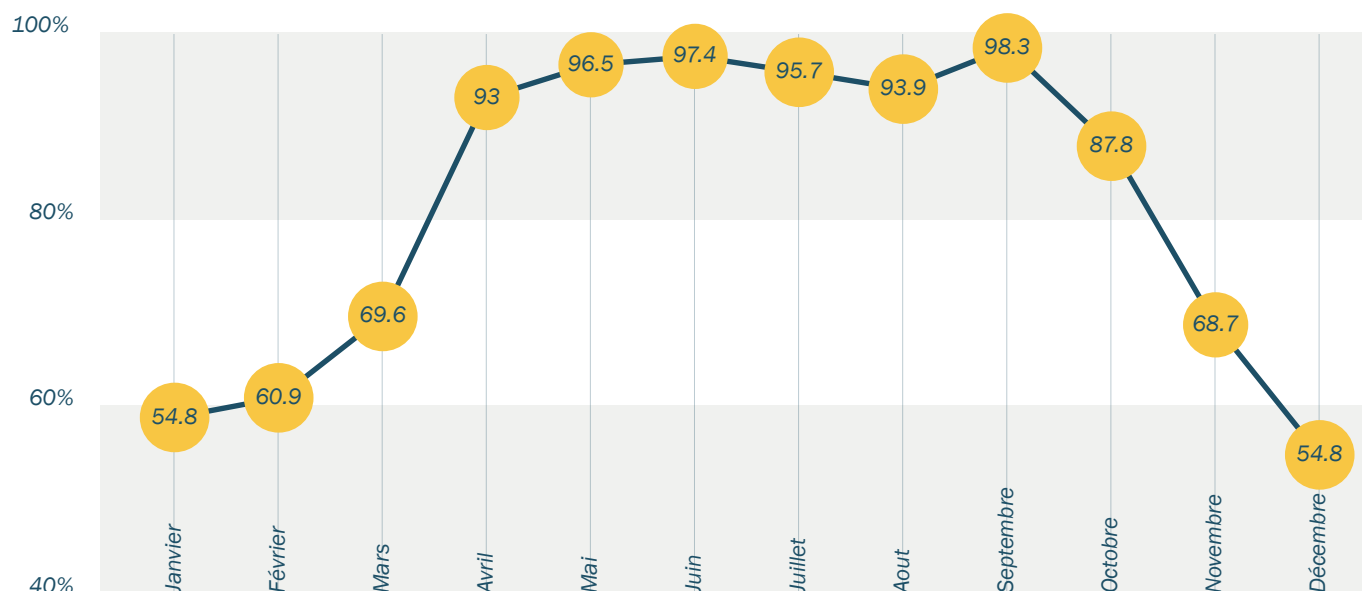


Figure 9. Part des entreprises en activité selon les mois de l'année

# ORGANISATION GÉNÉRALE DE L'ACTIVITÉ DANS L'ANNÉE ET LA JOURNÉE

## Analyse selon les activités

Quelques éléments concernant la saisonnalité sont intéressants à relever.

**Lorsque les entreprises ne sont ouvertes que l'été alors les encadrants sportifs restent sur un temps court dans l'entreprise (moins de 6 mois pour plus du tiers)** alors que lorsque l'entreprise est ouverte toute l'année plus de la moitié d'entre eux restent plus de 4 ans.

	ÉTÉ	HIVER	TOUTE L'ANNÉE	TOTAL
< 6 mois	<b>35.4%</b>	16.7%	6.5%	23.5%
< 12 mois	8.3%		12.9%	9.4%
1-2 ans	10.4%	16.7%	16.1%	12.9%
3-4 ans	20.8%	33.3%	6.5%	16.5%
> 4 ans	25%	33.3%	<b>58.1%</b>	37.6%
Total	100%	100%	100%	100%

Figure 10. Ancienneté moyenne des encadrants en fonction de la saisonnalité des entreprises

**Lecture : Les cellules avec un fond orange foncé révèlent des corrélations statistiques significatives entre les deux variables.**

## ORGANISATION GÉNÉRALE DE L'ACTIVITÉ DANS L'ANNÉE ET LA JOURNÉE

Sans trop de surprise les activités nautiques sont ouvertes pour les 2/3 en été seulement (notamment le canoë-kayak, le canyoning, la plongée, le rafting, comme les activités aériennes) ; c'est partagé pour les activités terrestres avec une petite moitié ouverte toute l'année. Les activités comme le surf et la voile ont une proportion importante d'entreprises ouvertes toute l'année. Les entreprises équestres sont ouvertes toute l'année.

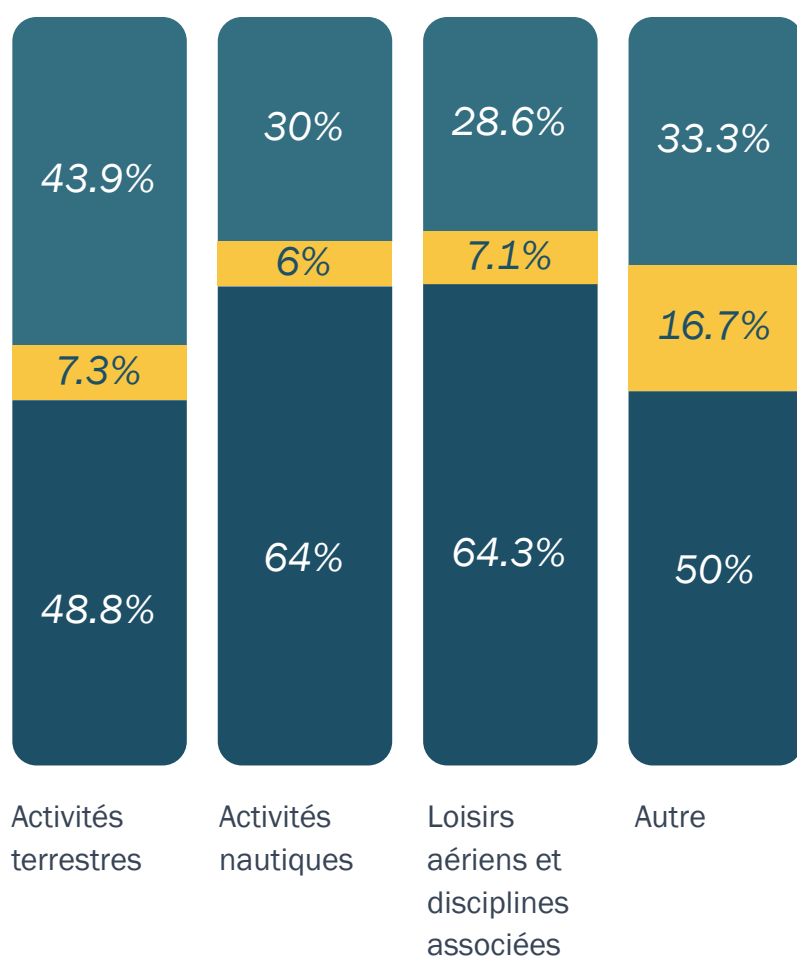
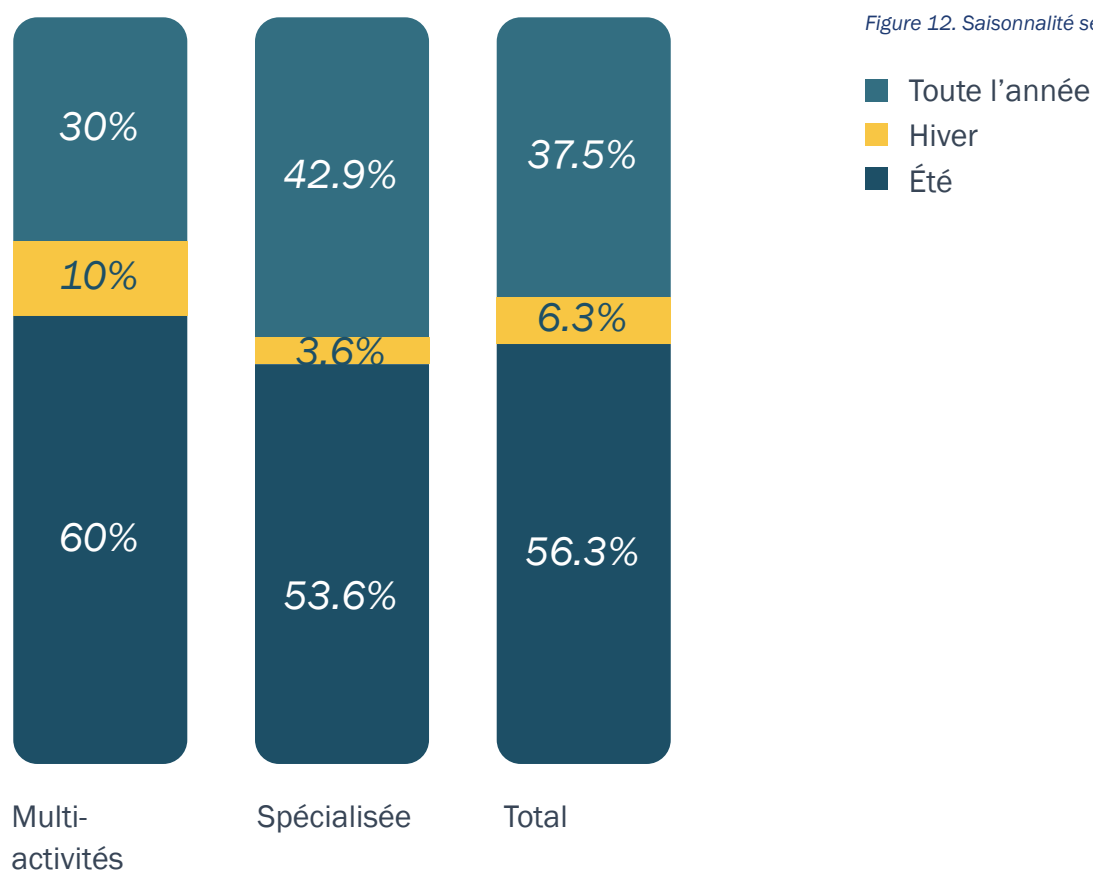


Figure 11. Période d'activité de structures

■ Toute l'année  
■ Hiver  
■ Été

## ORGANISATION GÉNÉRALE DE L'ACTIVITÉ DANS L'ANNÉE ET LA JOURNÉE

Les entreprises en multi-activités sont en proportion plus nombreuses à être en activité l'hiver que les entreprises spécialisées.



## FORMES DES ACTIVITÉS

### Les outils numériques

**90,5% des entreprises n'utilisent pas d'outils numériques particuliers pour la pratique de leurs activités.**

Parmi les 9,5% qui en utilisent sont cités indifféremment : les outils Garmin, géocaching, GPS et sondeurs Mowrance, Jooks, Komoot, Openrunner Kaminoguide...

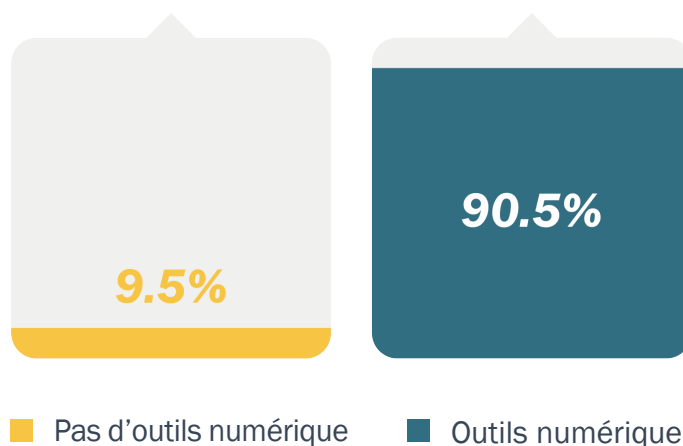


Figure 13. Usages des outils numériques

### Formes de groupements

Les activités peuvent être collectives (pour 86,3% des entreprises) et/ou individuelles (80,3%). 66,7% des entreprises proposent les deux formes de groupement.

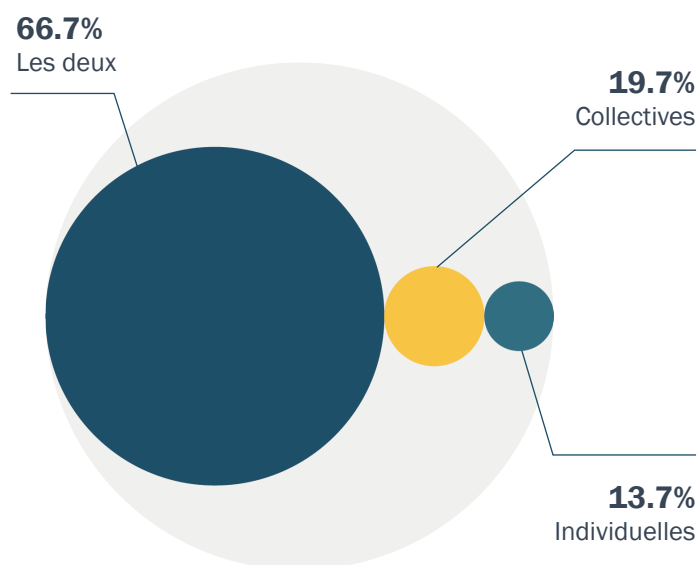
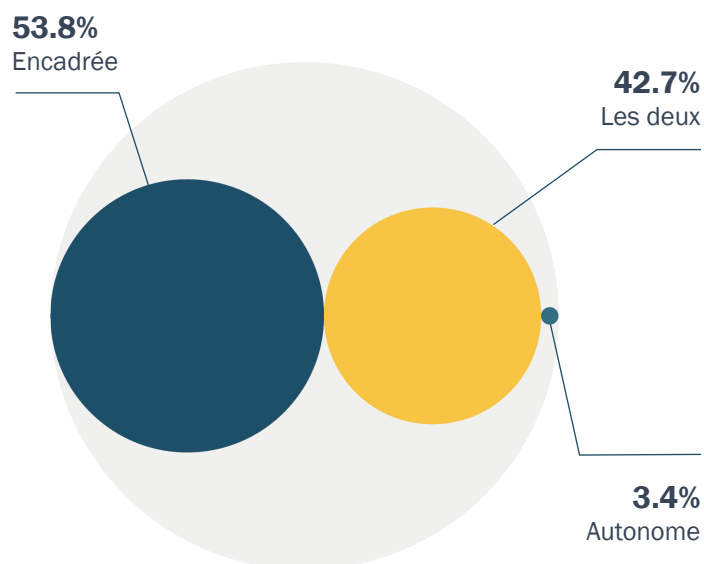


Figure 14. Formes de groupement proposées dans les activités

## FORMES DES ACTIVITÉS

**La pratique est encadrée pour 96,6% des répondants** et autonomes pour 46,2%. 42,7% des entreprises proposent les deux.

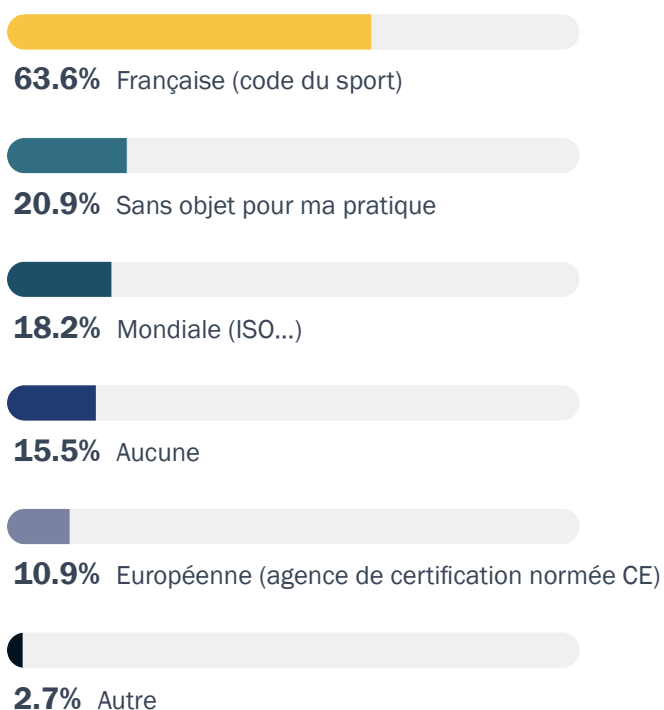
Figure 15. Encadrement proposé dans l'offre d'activité



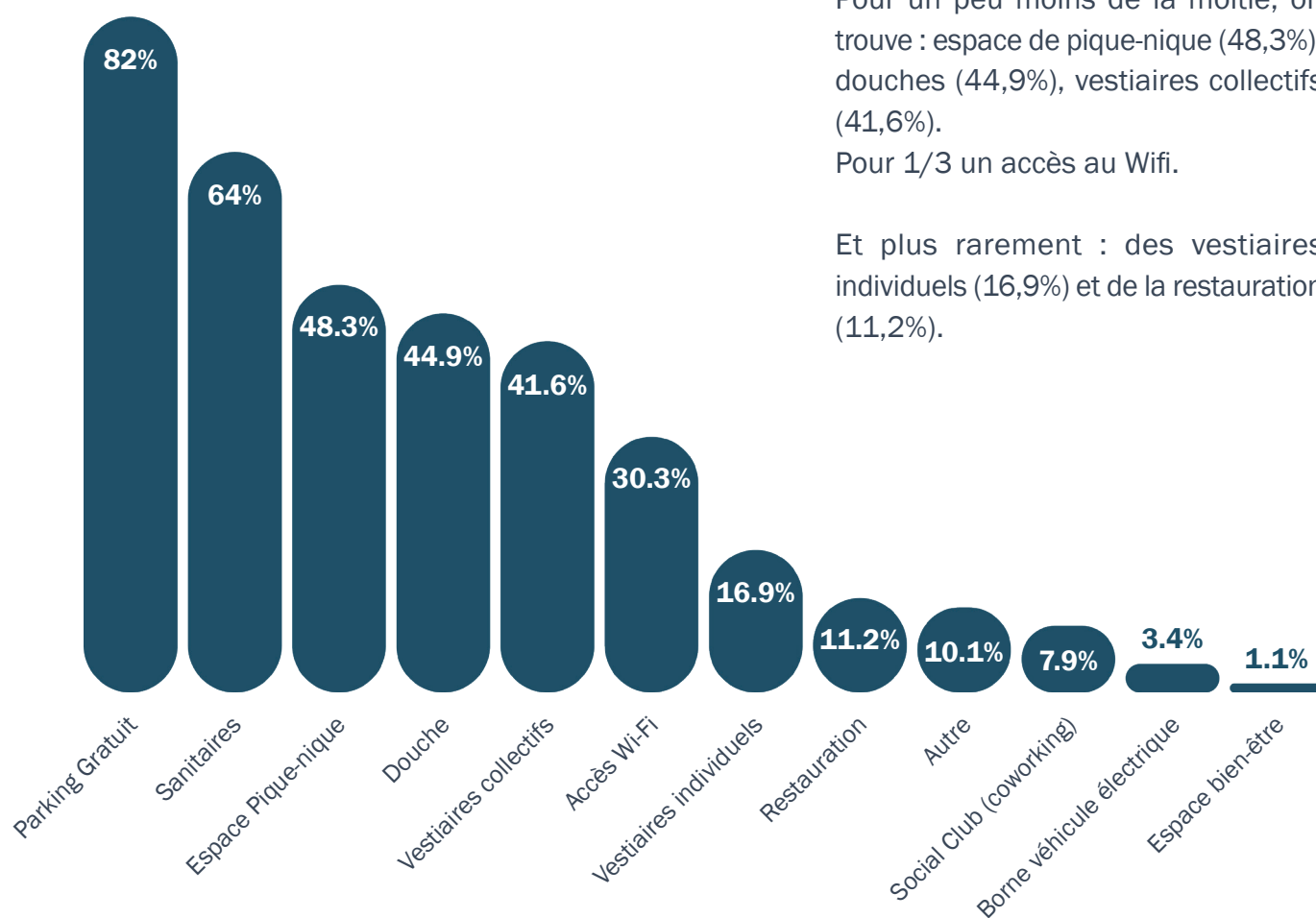
## Certifications

**63,6% des répondants proposent une certification française et 18,2% une certification mondiale.**

Figure 16. Certifications proposées par les structures



## LES ESPACES PROPOSÉS



Les espaces les plus souvent présents sont : le parking gratuit (82% des répondants), les sanitaires (64%). Pour un peu moins de la moitié, on trouve : espace de pique-nique (48,3%), douches (44,9%), vestiaires collectifs (41,6%).

Pour 1/3 un accès au Wifi.

Et plus rarement : des vestiaires individuels (16,9%) et de la restauration (11,2%).

Figure 17. Types d'espaces offerts à la clientèle

**Une majorité des entreprises (53,9%) sont attentives à leurs émissions carbone même si 95,7% ne font pas de mesure particulière.**

Une question ouverte a permis de recenser plus d'informations à ce sujet. Le co-voiturage arrive en tête des réponses mais de nombreuses autres mesures ont été développées. Voici quelques exemples :

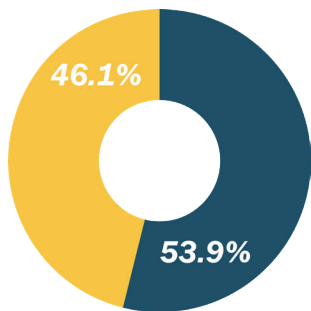


Figure 18. Attention portée aux émissions de CO2

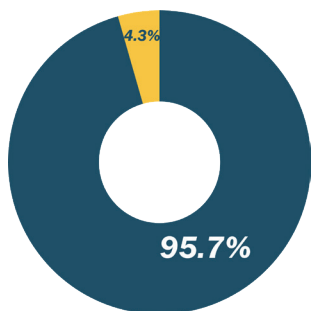


Figure 19. Structures ayant réalisé un bilan carbone

« Bâtiment éco-responsable, basse consommation de ressources, approvisionnement en mode local, tri des déchets, hébergement internet responsable, arrêt des dépliant papier, réduction drastique des déchets, recyclage et surcyclage des matériels et équipements spécifiques à l'activité »

« Changement des moteurs des bateaux pour des moteurs moins polluants ; mise en place de solutions pour économiser l'eau »

« Circuit court pour l'alimentation des chevaux, réutilisation du fumier dans les champs du village ; déplacements à cheval = très peu de carbone »

« Compensation carbone avec la société «Planton pour l'avenir» »

« Économie des énergies en restructurant nos process afin de réduire les trajets et mise en place de nouvelles activités ne nécessitant pas transport. Limiter les périodes et les zone de chauffage et ou climatisation. Fournisseurs locaux au maximum »

« Horaires adaptés aux opportunités de vent pour naviguer à la voile et limiter le recours au moteur »

« Matériel volant à faible empreinte sur moteur thermique à émission sur avion électrique »

« Utilisation de la voile au maximum et moins de moteur. Promotion de gourdes en eau et pas de bouteilles en plastique »



## L'OFFRE COMMERCIALE DES ENTREPRISES

### Nombre de clients et fidélisation

**25,6% des entreprises ont moins de 250 clients**, 23,1% entre 250 et moins de 700, 25,6% de 700 à moins de 3000 et **25,6% plus de 3000**.

Ce sont les activités aériennes qui ont le plus petit nombre moyen de clients et les activités nautiques le plus grand nombre. Parmi les activités qui ont signalé le plus grand nombre moyen de clients on trouve : le rafting, le VTT, le canoë-kayak puis l'escalade, la grimpe d'arbre, les loisirs mécaniques.

Les activités des entreprises avec le plus petit nombre moyen de clients sont : les activités équestres, les loisirs aériens, le ski nautique.

**Le pourcentage moyen de fidélisation de clients est de 34,29%<sup>2</sup>.**

<sup>2</sup>A titre comparatif le pourcentage moyen de renouvellement des entreprises de fitness est de 53,6% (Enquête Cérès, Les salles de fitness en France, 2023).

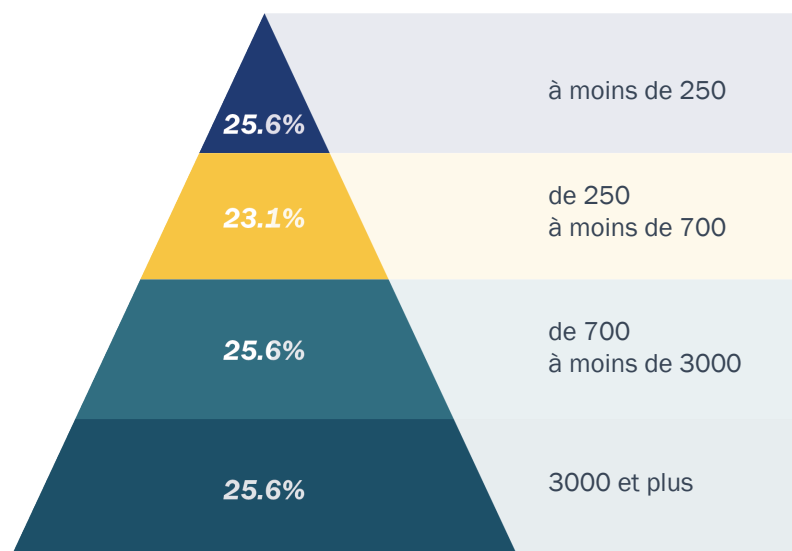


Figure 20 : Répartition des structures selon le nombre de clients

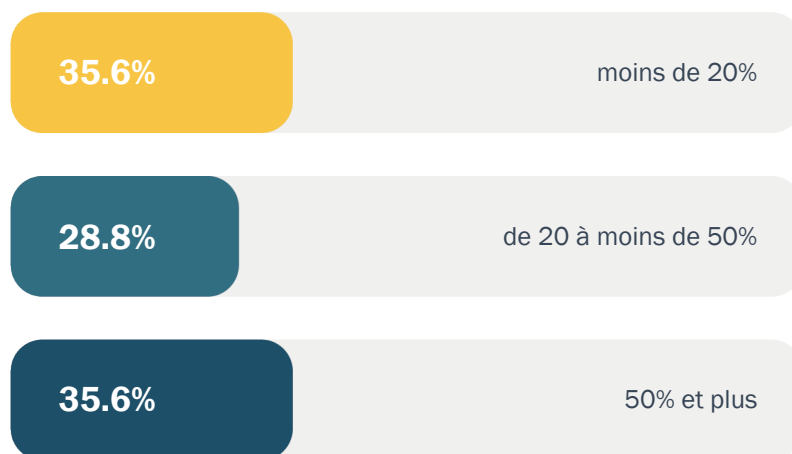


Figure 21. Répartition des entreprises selon leur taux de fidélisation.

**Lecture : 28,8% des structures ont un taux de fidélisation compris entre 20 et 50%**

# L'OFFRE COMMERCIALE DES ENTREPRISES

## Les tarifs et formes de paiement

**Les formules de paiement les plus fréquentes sont le paiement à la prestation** (76,1% des répondants) et à la demi-journée (pour 61,5%) puis à la journée (53,8% des cas) et sous la forme de séjours ou stages (53%). Enfin le paiement à l'heure concerne 38,5% des entreprises.

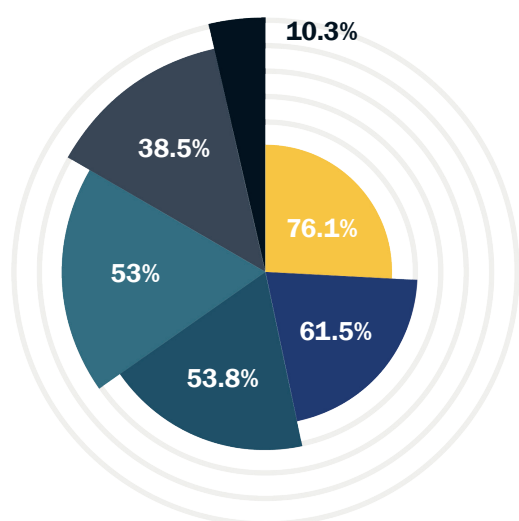


Figure 22. Formules de paiement

- Autre
- À l'heure ou moins
- Stage/séjours /plusieurs jours
- Journée
- Demi-journée
- À la prestation (ex : bâteme)

Les formules individuelles sont un peu plus fréquentes que les formules de groupes (90,2% contre 83,9%). Les formules familles sont proposées dans 50% des cas.

Les formules multi-activités sont moins fréquentes (28,7% des cas) que les forfaits uniques (71,3%).

Sans surprise les entreprises multi-activités proposent des forfait multi-activités pour les 2/3 d'entre elles. Certaines entreprises spécialisées ont également ce type d'offre ce qui peut témoigner soit de la déclinaison de l'activité sur différentes formes ou de collaborations entre entreprises avec des renvois de clientèle.

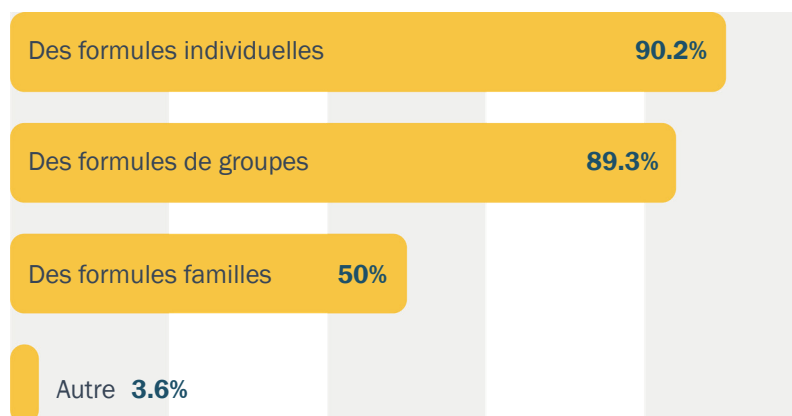


Figure 23. Part des structures qui propose des forfaits multiactivités

## L'OFFRE COMMERCIALE DES ENTREPRISES

**Le Panier moyen est de 192,9€<sup>3</sup>.**

Dans 22,2% des cas il est de plus de 180€ et pour 30,7% il est de moins de 50€.

Ce sont les activités terrestres pour lesquelles le panier moyen est le plus faible (127,04€ en moyenne) et les activités aériennes le plus fort (322€).

**Les activités les plus onéreuses sont : la voile, les loisirs aériens puis la plongée.**

Les moins onéreuses sont : les loisirs mécaniques, le rafting, le canoë-kayak, les activités équestres.

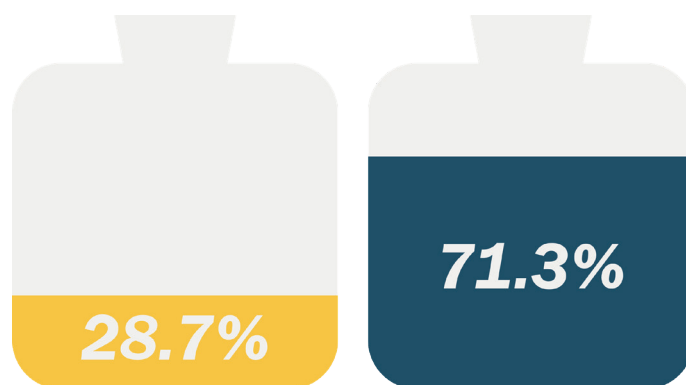


Figure 24. Offres multi-activités selon l'offre des structures

	FORFAIT MULTIACTIVITÉS	PAS DE FORFAIT MULTIACTIVITÉS	TOTAL
Multi-activités	62.2%	37.8%	100%
Spécialisée (un seul type d'activité)	12.8%	87.2%	100%
Total	28.7%	71.3%	100%

**Lecture : Les cellules avec un fond vert révèlent des corrélations statistiques significatives entre les deux variables.**

<sup>3</sup>A titre comparatif le panier moyen pour les entreprises de fitness est de 44,8€ (Enquête Cérès, Les salles de fitness en France, 2023).

## L'OFFRE COMMERCIALE DES ENTREPRISES

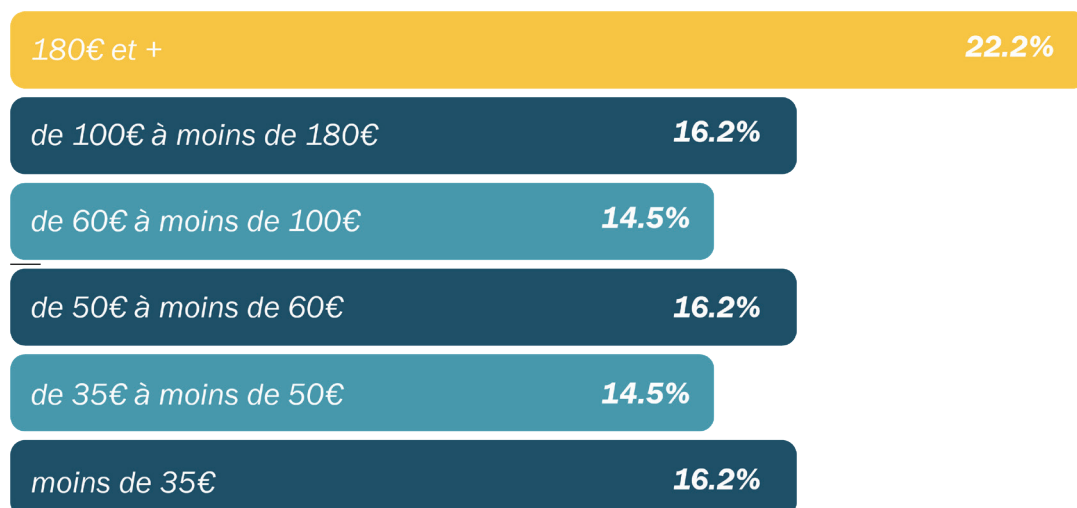


Figure 25. Répartition des structures selon les tranches de panier moyen

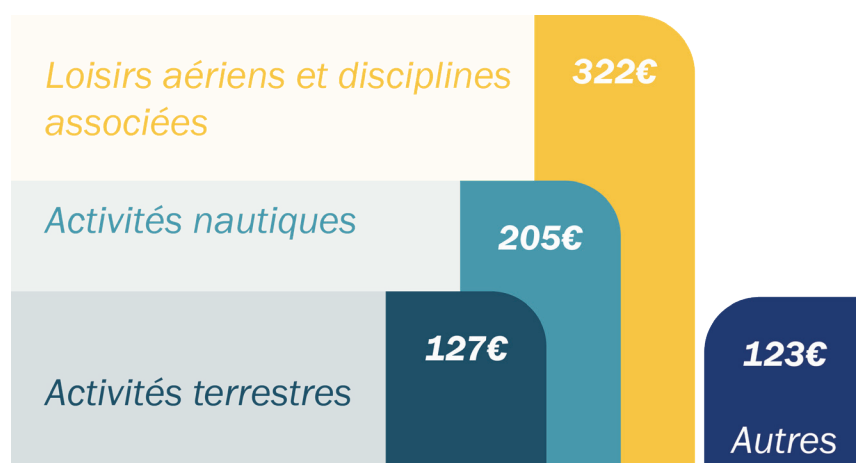


Figure 26. Panier moyen selon la famille d'activités

## L'OFFRE COMMERCIALE DES ENTREPRISES

### Dans 47,9% des cas il y a des options payantes.

Celles-ci sont variées : restauration (buvette ou repas), location de matériel, encadrement (quand l'entreprise loue le matériel), vidéos/photos.

Les offres promotionnelles les plus fréquentes sont les réductions occasionnelles, des places offertes ou des bons à gagner ou des réductions pour les clients venant de partenaires.

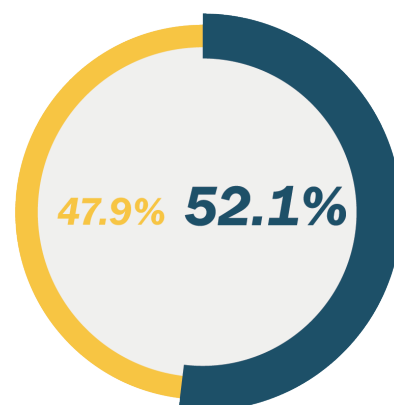


Figure 27. Part des entreprises qui proposent des options payantes proposées à la clientèle

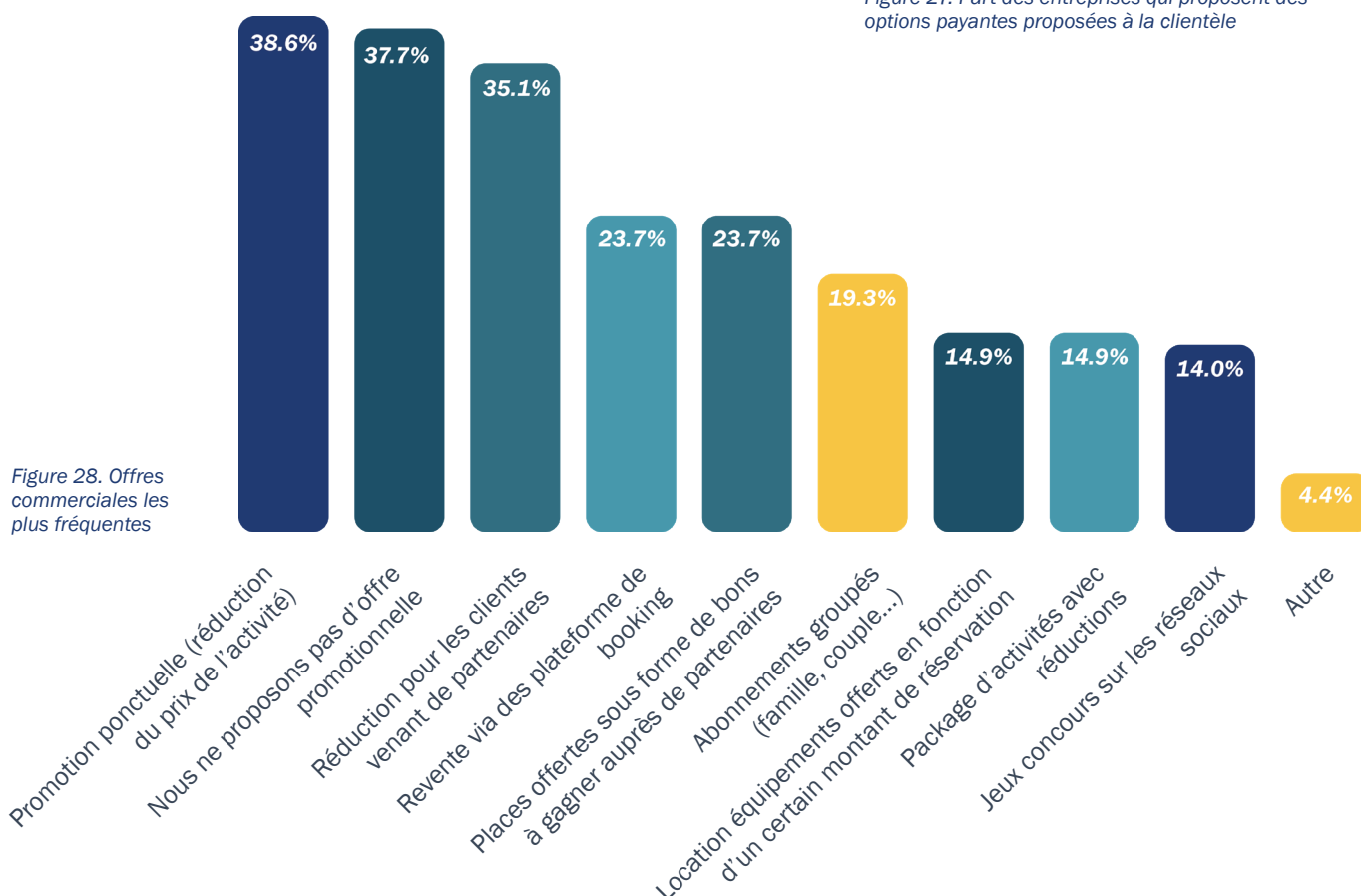


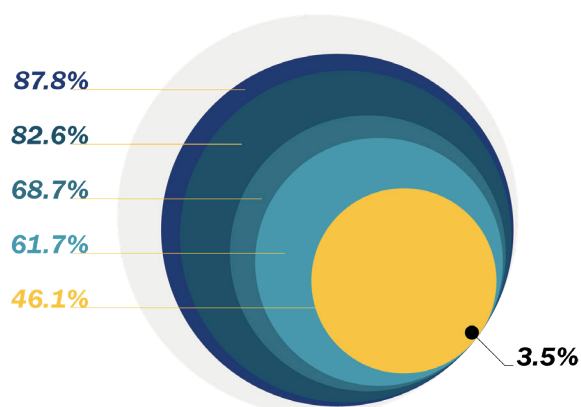
Figure 28. Offres commerciales les plus fréquentes

# L'OFFRE COMMERCIALE DES ENTREPRISES

## Modes de réservation et moyens de paiement

**Les modes de réservation les plus fréquents sont par téléphone (dans 87,8% des cas), par mail (82,6 %) puis en face à face (68,7%) et via le site internet (61,7%) et enfin par les réseaux sociaux (46,1%).**

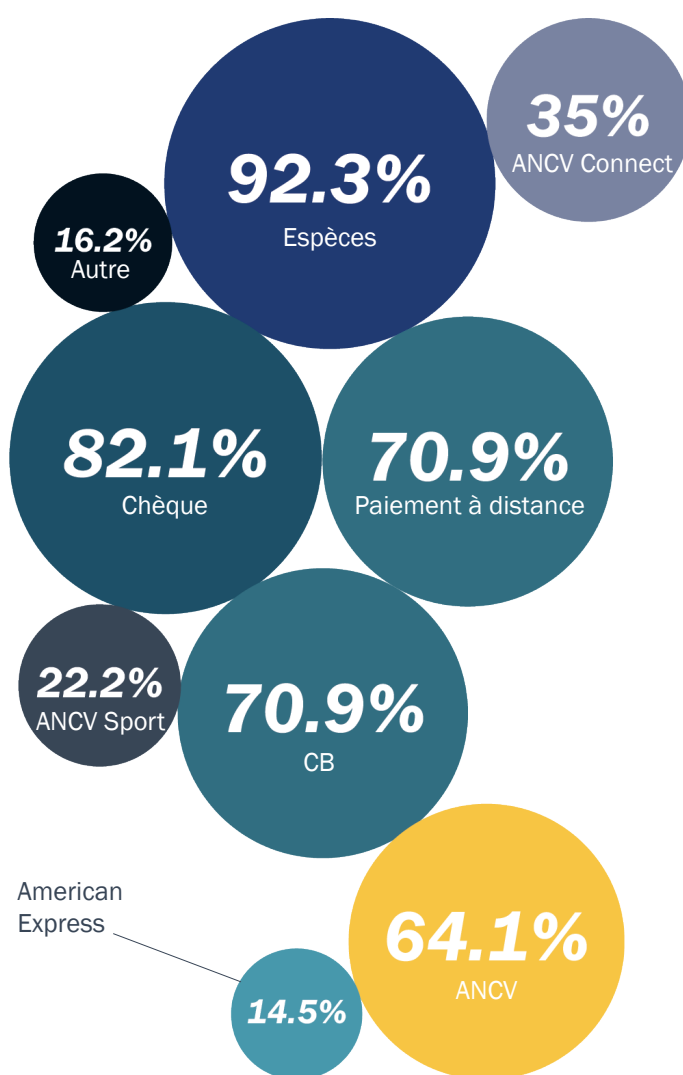
**Les entreprises acceptent pour 92.3% d'entre elles le paiement en espèces, par chèques 82,1% et par CB 70,9%.**



Les modes de réservation les plus fréquents

- Par Téléphone
- Par mail
- En face à face au comptoir
- En ligne via site internet
- Par Whatsapp / Messenger
- AUTRE

Figure 29. Moyens de paiements acceptés



## LA COMMUNICATION

Les structures utilisent pour les  $\frac{3}{4}$  des cas des moyens de communications gratuits notamment les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Whatsapp prioritairement). L'affichage et le panneautage sont moins utilisés.

Les structures utilisent aussi des moyens de communication payants pour 75,4% d'entre elles : Google Ads, adhésion à l'office du tourisme, sites Internet, affiches/flyers.

**La gestion de la communication se fait essentiellement en interne.**

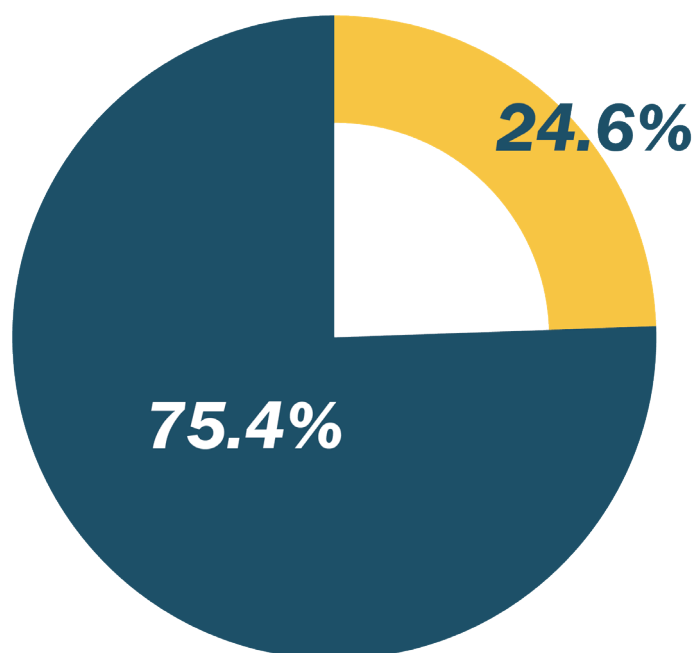


Figure 30. Utilisation de services payants de communication

- Moyens payants
- Pas de communication payante



Figure 31. Gestion des réseaux sociaux

## Chiffre d'affaires et répartition des dépenses

**Le chiffre d'affaires moyen sur 2023 est de 1 488 351€<sup>4</sup>.**

25% des entreprises ont plus de 1 900 00€ de CA et 25,9% moins de 20 000€<sup>5</sup>.

Ce sont les activités nautiques qui ont le CA moyen le plus élevé mais si l'on prend le détail des activités c'est l'activité randonnée pédestre jusqu'à moyenne montagne qui signale le CA moyen le plus important suivi de l'escalade puis le canyoning.

**Le pourcentage de la masse salariale sur le CA est en moyenne de 21,1%.**

C'est la grimpe d'arbre et la voile qui ont les moyennes les plus élevées (34,4% et 32,3%).

Le pourcentage moyen consacré à la communication est de 3,2%, 3,9% pour la consommation d'énergie, 10,1% pour le carburant et 6,6% pour l'assurance.

Ce sont les activités terrestres qui ont un pourcentage plus faible pour la consommation d'énergie et de carburant.

Figure 32. Répartition des structures sur leur chiffre d'affaires hors taxes

	Fréquence
Moins de 20k€	<b>25,9 %</b>
de 20k€ à moins de 55k€	<b>23.3 %</b>
de 55k€ à moins de 190k€	<b>25,9 %</b>
190k€ et plus	<b>25%</b>
TOTAL	<b>100%</b>

<sup>4</sup>A titre comparatif, le chiffre d'affaires moyen des salles de fitness est de 314 866€ (Enquête Cérès, Les salles de fitness en France, 2023).

<sup>5</sup>25,8% du CA pour le fitness (Enquête Cérès, Les salles de fitness en France, 2023).



## PERFORMANCE ÉCONOMIQUE ET EMPLOI

	CA HT 2023	Part CA dédié à la masse salariale	Part du CA dédiée à la communication	Part du CA dédiée à la consommation énergétique	Part du CA dédiée au carburant	Part du CA dédiée à l'assurance
Activités terrestres	173 429€	20,5%	3,2%	1,8%	6,8%	5,7%
Activités nautiques	196 756€	26,8%	3,3%	3,2%	9,3%	6,3%
Loisirs aériens et disciplines associées	91 750€	11,1%	3,9%	3,6%	13,1%	6,5%
Autre	207 424€	13,8%	2,2%	10,8%	12,2%	7,1%
GLOBAL	148 351€	21,1%	3,2%	3,9%	10,1%	6,6%

Figure 33. Répartition des dépenses selon la famille d'activités

# PERFORMANCE ÉCONOMIQUE ET EMPLOI

## L'emploi

**Le nombre de salariés moyen est de 3,56 (pour 2,85 ETP) pour une moyenne de 2,73 en CDI, 2 en CDD, 7,37 en CDD saisonniers.** Ce sont les entreprises dans les activités nautiques qui ont le plus de salariés mais pas le plus d'ETP. On peut supposer que la durée d'ouverture liée à la saisonnalité en est la principale raison.

**Le nombre moyen de travailleurs indépendants est de 1,91 pour 0,64 ETP.** C'est dans les loisirs aériens qu'il y a le plus de travailleurs indépendants en moyenne. **La moyenne d'encadrants sportifs est de 4,52 pour 2,45 ETP.**

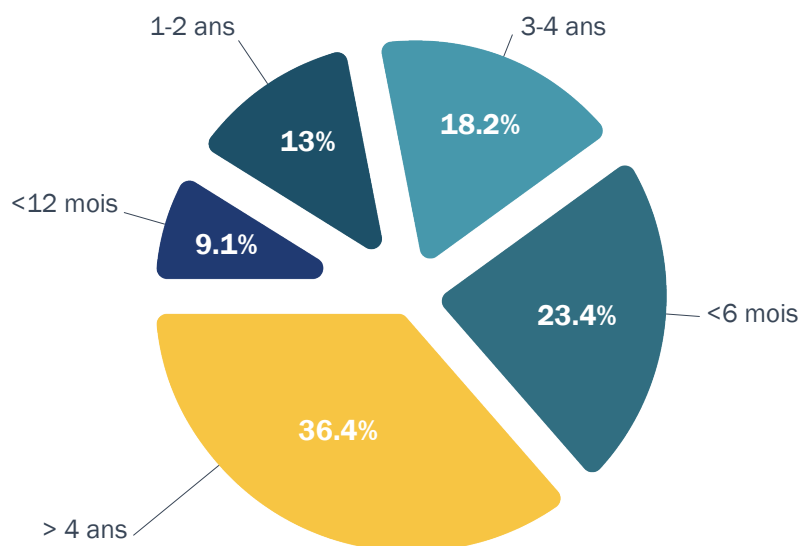
Figure 34. Structure de l'emploi selon les familles d'activités

	Salariés	CDI	CDD	CDD saison.	Stagiaires profesion.	Nombre d'ETP	Encadrants sportifs	Encadrants sp. ETP	Nombre de TI	TI ETP
Activités terrestres	4,42	2,67	1,00	10,53	1,88	3,69	4,61	3,00	2,94	0,87
Activités nautiques	6,30	2,79	2,43	9,47	1,50	3,24	5,86	2,53	1,89	0,65
Loisirs aériens et disciplines associées	0,56	1,50	1,00	1,33	•	1,17	1,17	1,00	2,56	0,46
Autre	6,47	3,40	•	15,33	•	5,04	4,57	3,17	3,71	1,44
GLOBAL	3,56	2,73	2,00	7,37	1,59	2,85	4,52	2,45	1,91	0,64

### Recrutement et hébergement

Pour 23,4% des entreprises les encadrants sportifs ont une longévité dans l'entreprise inférieure à 6 mois et dans 36,4% des cas supérieur à 4 ans.

Figure 35. Ancienneté des salariés dans la structure

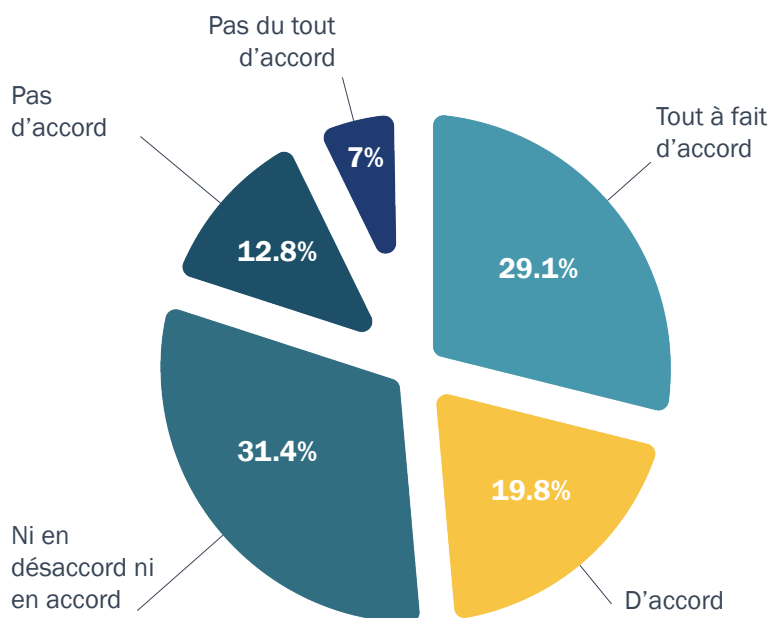


48,9% des répondants déclarent qu'il est assez difficile de recruter des encadrants sportifs ; plus de la moitié des entreprises dans les activités nautiques signalent qu'il est difficile de recruter, notamment dans le motonautisme puis la plongée et les activités équestres. Cela semble ne pas être un problème pour le surf et la randonnée.

47,1% pensent qu'ils ont les compétences requises.

Seules 1/3 des structures logent leurs encadrants sportifs.

Figure 36. Difficultés de recrutements des encadrants sportifs



## PERFORMANCE ÉCONOMIQUE ET EMPLOI

Figure 37. Difficultés de recrutement selon les familles d'activités

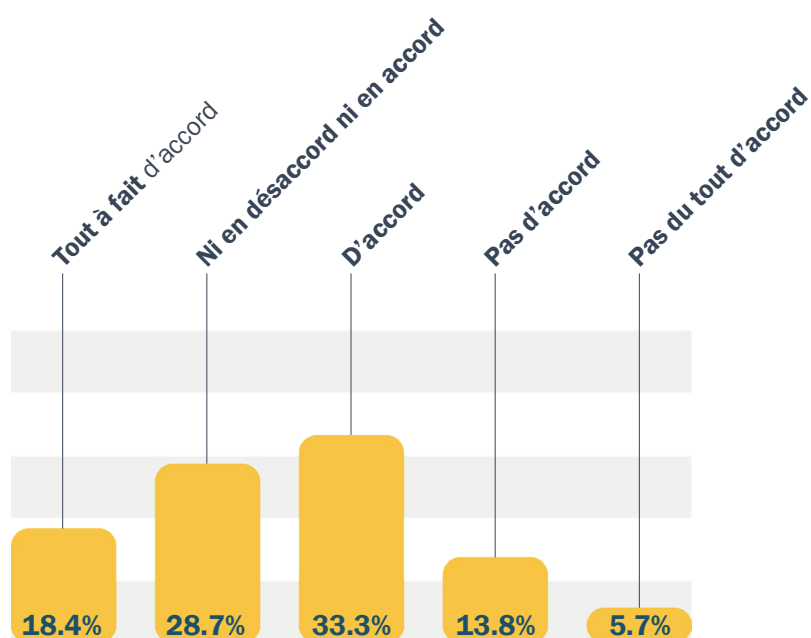
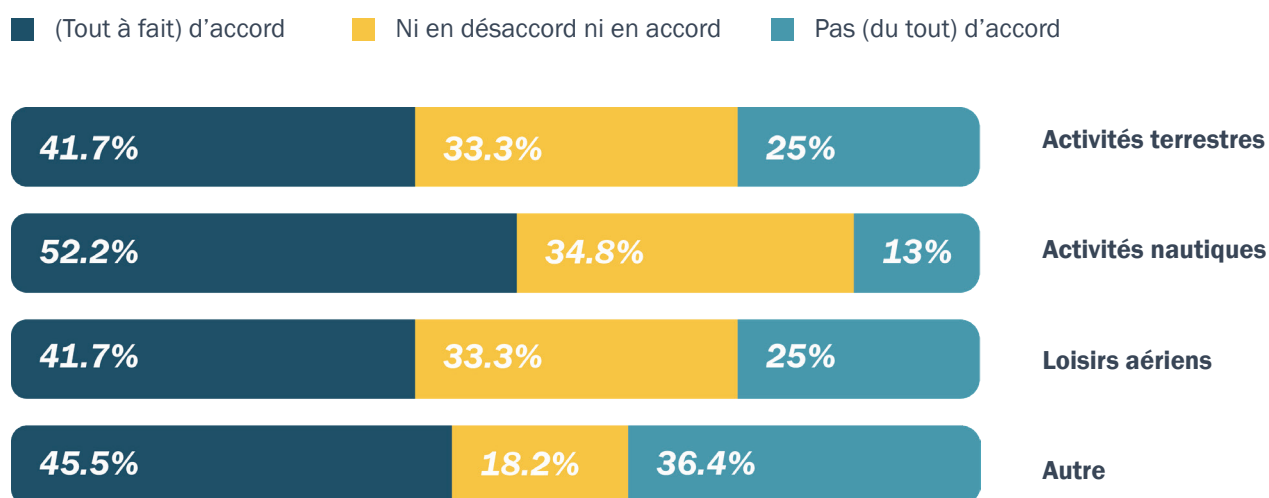


Figure 38. Compétences encadrants

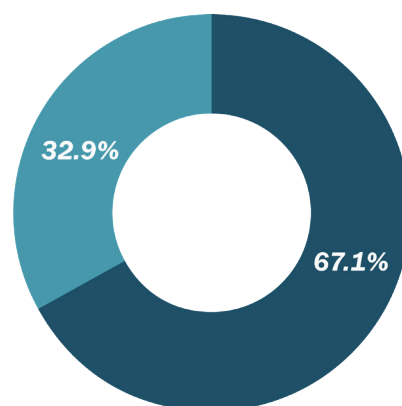


Figure 39. Disponibilité des logements pour les saisonniers

■ Absence de logement  
■ Logement saisonnier

### Évolution du CA et de l'emploi

**Seules 1/4 des entreprises estiment que leur CA sera en diminution en 2025** (de 18% en moyenne), **35,7% pensent que le CA sera en augmentation** (de 25% en moyenne) et les 2/3 pensent que leur effectif de salariés sera stable.

Pour les entreprises (13,4%) qui estiment avoir une augmentation du nombre de salariés la moyenne est 2,4 en plus. Et pour celle qui pensent en avoir moins (11,3%) la moyenne est de 1.

Figure 40. Évolution du CA pour l'année suivante

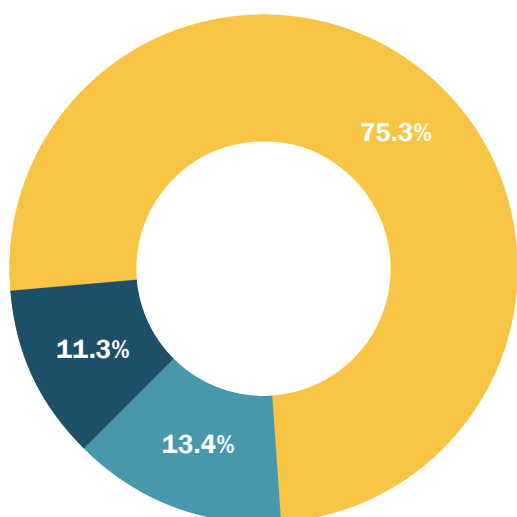
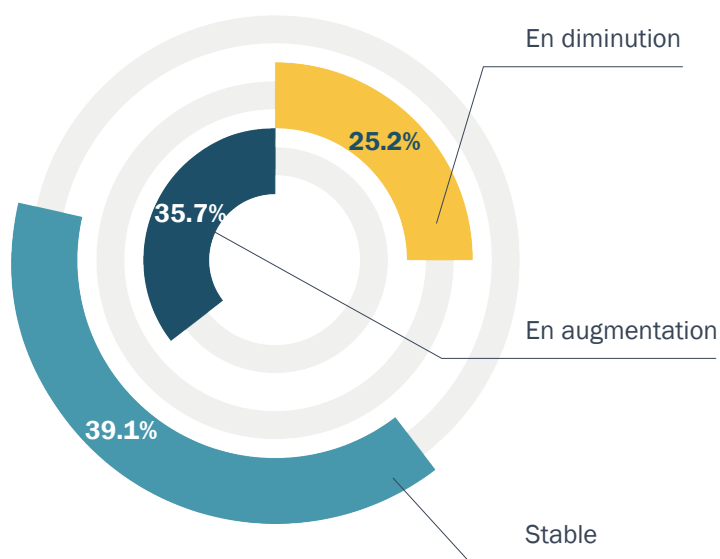


Figure 41. Évolution de l'effectif salarié pour l'année suivante

- En diminution
- En augmentation
- Stable

## Risque de fermeture

**Le risque de fermeture est estimé en moyenne à 2,55, il est donc faible.**

Plus de 50% des structures ont un risque très faible (0 ou 1) et près de 4 entreprises sur 5 ont un risque faible (inférieur à 5) ce qui traduit une certaine solidité du secteur d'activité.

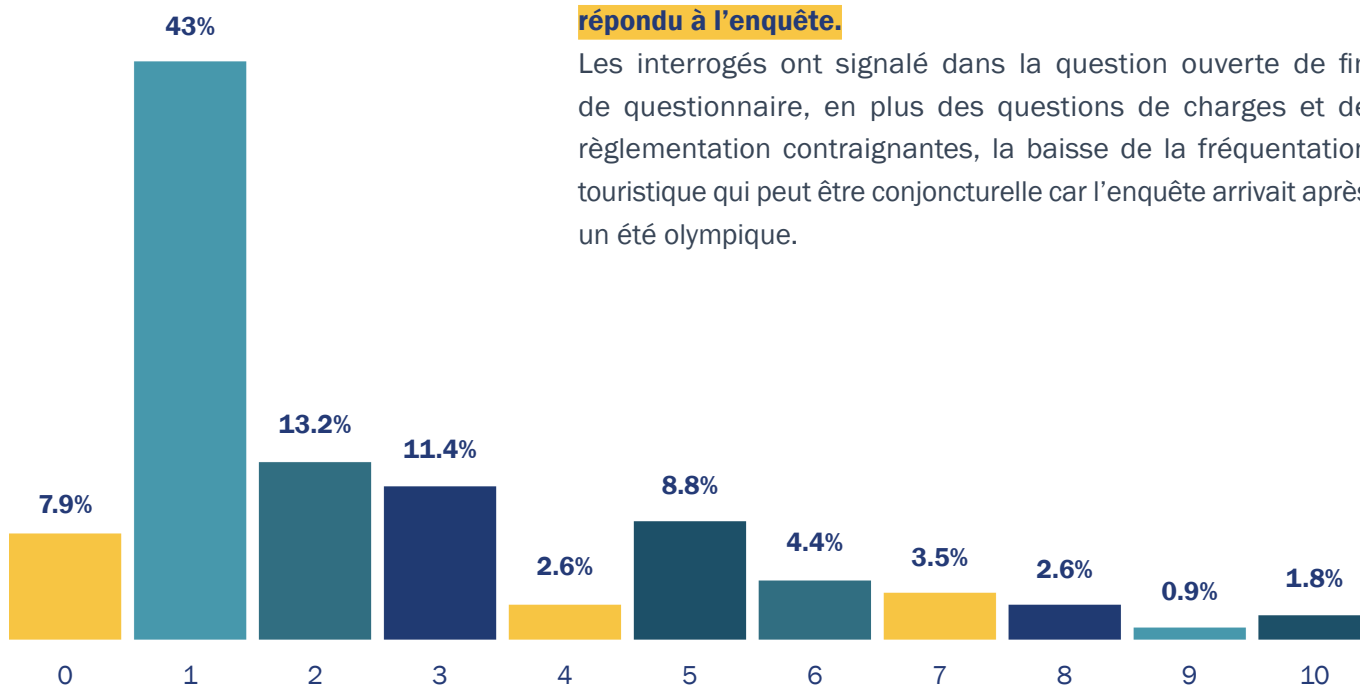


Figure 42. Risque de fermeture estimé dans l'année à venir

**9% des structures ont signalé un risque élevé d'au moins 7.**

Ces dernières n'ont pas de caractéristiques fortes, on note 2 entreprises de canoë-kayak, 2 de VTT...

6 d'entre elles travaillent les 12 mois de l'année, 7 proposent des activités toujours encadrées.

Pour 8 d'entre elles, le nombre de clients annuels est inférieur à la moyenne et pour 5 la fidélisation des clients inférieure à 20%. Leur panier moyen est supérieur à 60€ pour 8 entreprises.

**Leur CA est assez inégal avec la moitié sous les 55000€ et la moitié au-dessus mais leur CA moyen est de 107 518€ soit de 30% inférieur au CA moyen de l'ensemble des répondants.**

**Le pourcentage de la masse salariale est de 24% du CA et donc supérieur à la moyenne des répondants (21,1%). Le nombre de salariés est équivalent à la moyenne des entreprises qui ont répondu à l'enquête.**

Les interrogés ont signalé dans la question ouverte de fin de questionnaire, en plus des questions de charges et de réglementation contraignantes, la baisse de la fréquentation touristique qui peut être conjoncturelle car l'enquête arrivait après un été olympique.

### **Les principales difficultés rencontrées**

Une question ouverte sur les principales difficultés clôturait le questionnaire voici les réponses principales évoquées dans l'ordre de leur fréquence :

#### **LA RÉGLEMENTATION SOUVENT PERÇUE COMME TROP CONTRAIGNANTE MAIS PARFOIS TROP PEU CONTRÔLANTE CONCERNANT LES QUALIFICATIONS :**

- « Réglementation devenue plus restrictive »
- « Réglementation locale d'accès aux sites de pratique »
- « Passage de l'âge de la conduite de la trottinette de 12 à 14 ans »
- « Problématiques de réglementation et d'accès aux milieux de pratiques. Nos EDPM étant assimilés à des motos cross, l'accès aux milieux naturel est extrêmement limité »
- « Accès à la mer (obtention place au port) »
- « En 2025 sur Marseille, la réglementation des calanques pénalise l'activité »
- « Les concurrents non diplômés,

sous diplômés ou travaillant de manière illégale. Il n'y a aucun contrôle ! »

#### **LA MÉTÉO QUI A ÉTÉ PARTICULIÈREMENT MAUVAISE L'ÉTÉ PRÉCÉDANT L'ENQUÊTE :**

- « La météo très venteuse en 2024 »
- « Conditions météo pour voler »
- « Météo inhabituellement dégradée et sur une longue période, en pleine saison (printemps), entraînant annulations et peu de demande ».
- « Beaucoup de pluie, canyons impraticables jusqu'à mi-juillet et tout le mois de septembre »

#### **LES CHARGES ET LEUR AUGMENTATION :**

- « Trop de charges en général »
- « L'augmentation du montant des charges : énergie (EDF et carburants), assurances, salaires et charges »
- « L'augmentation des charges (Urssaf, carburant en hausse et salariés plus exigeants sur les salaires) »

#### **LA CONCURRENCE :**

- « Augmentation de la concurrence sur le territoire »
- « Concurrence des prestations et circuits gratuits balisés par les

offices de Tourisme »

- « Concurrence des prestataires étrangers qui ont fortement augmentés depuis 2023 »

#### **LA DIFFICULTÉ À TROUVER DU PERSONNEL :**

- « Difficulté de trouver des salariés au regard de la courte saison »
- « Difficulté à recruter des encadrants avec certaines prérogatives (BPSKDA avec certification canyoning (V1A5E2) »
- « Encadrant en perdition depuis la réforme du diplôme de 2018 »

#### **LE RACCOURCISSEMENT DES SAISONS TOURISTES :**

- « Une saison qui se raccourcit d'année en année »
- « Une saison extrêmement courte au niveau en termes de tourisme »

#### **LA BAISSÉ GÉNÉRALE DU POUVOIR D'ACHAT :**

- « Pouvoir d'achat »
- « Pouvoir d'achat en berne des clients européens »

**Les conséquences des JOP ont aussi été signalées comme impactant négativement l'activité en faisant baisser le nombre de clients.**

## EXTRAPOLATIONS

En croisant les résultats de notre enquête (nombre de structures identifiées et taille de notre échantillon) avec les données disponibles issues d'études régionales ou sectorielles, nous avons projeté nos observations à l'échelle du territoire.

Les analyses convergent **vers une estimation comprise entre 25 000 et 30 000 structures de plein air sur le territoire national**. Cette fourchette prend en compte :

- la sous-représentation probable de microstructures non adhérentes aux réseaux recensés
- les écarts observés entre régions fortement touristiques et zones rurales
- les marges d'erreur liées au faible taux de réponse dans notre questionnaire.

Ces estimations doivent être interprétées avec prudence. Elles reposent sur l'hypothèse que les structures ayant répondu à notre enquête présentent des caractéristiques proches de celles qui n'ont pas répondu. Certaines entreprises cumulent plusieurs activités ou opèrent dans l'informel, ce qui renforce l'incertitude.

En appliquant les indicateurs moyens issus de notre enquête à l'estimation nationale, nous obtenons les ordres de grandeur suivants :

- Chiffre d'affaires cumulé : entre **3,71 milliards d'euros et 4,45 milliards d'euros**
- Effectifs salariés : entre **89 000 et 106 800 salariés** (soit 71 250 à 85 500 ETP)
- Dépense totale estimée sur la base du panier moyen : **entre 13,2 milliards d'euros et 15,8 milliards d'euros**

Indicateur extrapolé	Moyennes issues de notre enquête	Fourchette basse (25 000 structures)	Fourchette haute (30 000 structures)
Chiffre d'affaires annuel moyen par structure	148 351 €	$148\,351 \times 25\,000 =$ <b>3 708 775 000 €</b>	$148\,351 \times 30\,000 =$ <b>4 450 530 000 €</b>
Nombre moyen de salariés par structure	3,56	$3,56 \times 25\,000 =$ <b>89 000 salariés</b>	$3,56 \times 30\,000 =$ <b>106 800 salariés</b>
Nombre moyen d'ETP par structure	2,85	$2,85 \times 25\,000 =$ <b>71 250 ETP</b>	$2,85 \times 30\,000 =$ <b>85 500 ETP</b>



## RISQUE DE FERMETURE

---

**Ces extrapolations illustrent le poids économique et social du secteur des activités de plein air. Elles mettent en évidence un chiffre d'affaires cumulé dépassant les 3,7 milliards d'euros et des effectifs potentiels d'environ 100 000 salariés.**

Ces données, bien qu'indicatives, permettent de mieux situer l'importance stratégique du secteur et d'identifier les besoins d'accompagnement (emploi, réglementation, transition durable et numérique) à l'échelle nationale.

# LISTES DES FIGURES

Figure 1. Répartition des entreprises selon leur forme juridique.....	4
Figure 2. Répartition des types d'entreprise.....	4
Figure 3. Localisation des entreprises.....	5
Figure 4. Répartition géographique des entreprises interrogées.....	5
Figure 5. Lieux de pratique.....	6
Figure 6. Types de structures selon l'offre d'activités.....	7
Figure 7. Activités les plus fréquentes.....	7
Figure 8. Répartition des structures par familles d'activité (nautiques, terrestre, aériennes).....	8
Figure 9. Part des entreprises en activité selon les mois de l'année.....	9
Figure 10. Ancienneté moyenne des encadrants en fonction de la saisonnalité des entreprises.....	10
Figure 11. Période d'activité de structures.....	11
Figure 12. Saisonnalité selon l'offre d'activités.....	12
Figure 13. Usages des outils numériques.....	13
Figure 14. Formes de groupement proposées dans les activités.....	13
Figure 15. Encadrement proposé dans l'offre d'activité.....	14
Figure 16. Certifications détenues par les structures.....	14
Figure 17. Types d'espaces offerts à la clientèle.....	15
Figure 18. Attention portée aux émissions de CO2.....	16
Figure 19. Structures ayant réalisé un bilan carbone.....	16
Figure 20. Répartition des structures selon le nombre de clients.....	17
Figure 21. Répartition des entreprises selon leur taux de fidélisation.....	17
Figure 22. Formules de paiement.....	18
Figure 23. Part des structures qui propose des forfaits multiactivités.....	18
Figure 24. Offres multi-activités selon l'offre des structures.....	19
Figure 25. Répartition des structures selon les tranches de panier moyen.....	20
Figure 26. Panier moyen selon la famille d'activités.....	20

## LISTES DES FIGURES

Figure 27. Part des entreprises qui proposent des options payantes proposées à la clientèle.....	21
Figure 28. Offres commerciales les plus fréquentes.....	21
Figure 29. Moyens de paiements acceptés.....	22
Figure 30. Utilisation de services payants de communication.....	23
Figure 31. Gestion des réseaux sociaux.....	23
Figure 32. Répartition des structures sur leur chiffre d'affaires hors taxes.....	24
Figure 33. Répartition des dépenses selon la famille d'activités.....	25
Figure 34. Structure de l'emploi selon les familles d'activités.....	26
Figure 35. Ancienneté des salariés dans la structure.....	27
Figure 36. Difficultés de recrutements des encadrants sportifs.....	27
Figure 37. Difficultés de recrutement selon les familles d'activités.....	28
Figure 38. Compétences encadrants.....	28
Figure 39. Disponibilité des logements pour les saisonniers.....	28
Figure 40. Evolution du CA pour l'année suivante.....	29
Figure 41. Evolution de l'effectif salarié pour l'année suivante.....	29
Figure 42. Risque de fermeture estimé dans l'année à venir.....	30

***Des questions sur nos orientations stratégiques,  
nos commissions, notre organisation ?***

Contactez notre Déléguée Générale, Magali CHAUMONT,  
[magalichaumont@active-fneapl.fr](mailto:magalichaumont@active-fneapl.fr) | 06.33.48.58.85

***Des questions sur votre adhésion, son suivi,  
la liste et les avantages concédés par nos  
partenaires ?***

Contactez notre responsable administrative Anne Couffrant  
[secretariat@active-fneapl.fr](mailto:secretariat@active-fneapl.fr)

