

COMMERCE DE DÉTAIL D'ARTICLES DE SPORT

Êtes-vous fait pour ce secteur d'activité ?



SOMMAIRE

LE MARCHÉ DU COMMERCE DE DÉTAIL D'ARTICLES DE SPORT	2
LA RÉGLEMENTATION DU COMMERCE DE DÉTAIL D'ARTICLES DE SPORT	5
L'ACTIVITÉ DU COMMERCE DE DÉTAIL D'ARTICLES DE SPORT	7
LES POINTS DE VIGILANCE DU COMMERCE DE DÉTAIL D'ARTICLES DE SPORT	10
EN SAVOIR PLUS SUR CE SECTEUR.....	12

LE MARCHÉ DU COMMERCE DE DÉTAIL D'ARTICLES DE SPORT

Le commerce d'articles de sport figure parmi les secteurs les plus dynamiques du commerce de détail : il est en constante progression depuis une vingtaine d'années. Ainsi, son chiffre d'affaires augmente en valeur, mais aussi en volume.

Une clientèle potentielle importante et en constante progression (augmentation du nombre de licenciés dans les fédérations sportives, nette croissance des pratiques en dehors des clubs sportifs ...), l'intérêt plus grand porté à la santé et au bien-être, la forte présence du sport dans les médias, l'engouement pour les loisirs verts ou « outdoor » (sports nautiques, randonnée, VTT, sport de glisse, escalade ...) sont autant de facteurs favorables à la bonne tenue du secteur.

Le sportswear est un segment particulièrement porteur (près d'un tiers du chiffre d'affaires du secteur) : grâce à leurs campagnes publicitaires associant des personnalités du sport ou de grands événements sportifs, les grandes marques ont le vent en poupe. Tous les circuits de distribution (y compris les grandes enseignes qui, jusqu'à présent, diffusaient principalement leur propre marque, comme Décathlon) renouvellent leurs concepts pour intégrer une offre grandes marques.

Le commerce spécialisé domine largement le marché (75% des parts de marché) et adopte depuis plusieurs années une stratégie offensive (lancements de nouvelles enseignes, déclinaison des concepts à destination des centres-villes, publicité, partenariats de grands événements sportifs, nouveaux concepts de magasins associant produits et zones de pratiques sportives ...) qui lui permet de faire face à la concurrence exacerbée qui touche la profession. Toutefois, le commerce d'articles de sport continue de séduire de nombreux entrants : la grande distribution et les grands magasins qui lancent des enseignes de sport, ainsi que les fabricants eux-mêmes qui cherchent à tirer profit du succès de leurs marques en lançant leurs propres points de vente (Adidas, Aigle, Lacoste, Puma ...).

Dans ce contexte, la plupart des petits commerçants isolés ont déjà disparu. Seule l'adhésion à un groupement leur permettra de se maintenir en proposant les plus grandes marques négociées par les centrales d'achat.

Tendances

L'engouement pour l'outdoor (notamment pour les sports nautiques dont l'achat de matériel représente une part importante du chiffre d'affaires des professionnels du secteur) et le sportswear continueront de soutenir la croissance du secteur, même si celui-ci tirera surtout ses bénéfices de la vente de vêtements et de chaussures au détriment des équipements. Les produits griffés stimuleront le rythme de croissance du secteur, et les commerces mono marque devraient connaître un large succès.

L'organisation du marché

- **Le commerce spécialisé** : il domine très largement le secteur avec près de 80% de parts de marché.

Les grandes enseignes du secteur (Decathlon, Go Sport, Sport 2000, Intersport) captent les 3/4 du chiffre d'affaires du commerce spécialisé.

Les réseaux sous enseigne regroupant les indépendants sont dominés par les coopératives Sport 2000 et Interport qui réalisent à elles seules 20% du chiffre d'affaires du secteur.

Certaines grandes marques développent leur propre réseau de distribution exclusive (Adidas, Reebok, Nike, etc). Elles sont principalement positionnées sur le sportswear.

- **Le commerce non spécialisé** : il regroupe à la fois les grandes surfaces alimentaires, les grands magasins, les magasins de prêt-à-porter, les chausseurs traditionnels et la vente à distance.

		COMMERCE DE DÉTAIL D'ARTICLES DE SPORT
NOMBRE D'ENTREPRISES DU SECTEUR	2016	10 582 ⁽¹⁾
CHIFFRE D'AFFAIRES DU SECTEUR (en milliards d'euros)	2014	8,958 Md€ ⁽²⁾
ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU SECTEUR EN VALEUR (indice ICA base 100 en 2010)	2016	122,7 ⁽³⁾
	2015	117,5
	2014	111,7
	2013	107,9
	2012	106,9
	2011	103,6
	2010	100,0

⁽¹⁾ Source : INSEE, démographie des entreprises et des établissements 2016 - champs marchand non agricole, Stocks d'entreprise au 1er janvier 2016.

⁽²⁾ Source : INSEE, ESANE.

⁽³⁾ Source : "Commerce de détail d'articles de sport en magasin spécialisé" - INSEE, Bulletin statistique.

LA RÉGLEMENTATION DU COMMERCE DE DÉTAIL D'ARTICLES DE SPORT

Les aptitudes professionnelles

Aucun diplôme n'est obligatoire pour exercer la profession, mais plusieurs formations spécialisées se sont développées, à l'initiative du Centre National Professionnel des Commerces d'articles de sport (CNPC) notamment.

Le professionnel doit parfaitement connaître les produits, les goûts et les attentes de la clientèle. Il doit anticiper les modes, très éphémères dans ce secteur. Patient, à l'écoute de sa clientèle, il doit savoir conseiller. Enfin, il faut être bon négociateur pour faciliter les relations avec les fournisseurs et un excellent gestionnaire pour maîtriser au mieux les stocks.

L'environnement réglementaire

Les contraintes à l'installation

L'inscription au Registre du Commerce et des Sociétés est obligatoire. Les commerces adhérant à un réseau sous enseignes doivent respecter un cahier des charges imposé par l'enseigne.

La loi de modernisation de l'économie (LME) du 4 août 2008 (2008-776) a débouché sur des mesures portant sur l'urbanisme commercial : le seuil d'autorisation d'implantation et d'extension des surfaces commerciales est relevé de 300 à 1 000 m². Les critères de densité commerciale par zone (ratio de surfaces commerciales au m²/1 000 habitants) sont supprimés.

Les principaux points de la réglementation professionnelle

Accueillant du public, le local doit répondre aux normes de sécurité relatives aux établissements recevant du public.

La loi de modernisation de l'économie (LME) du 4 août 2008 (2008-776) a débouché sur des mesures portant notamment sur :

- Les délais de paiement aux fournisseurs : la LME plafonne les délais de paiement à 60 jours à compter de la date d'émission de la facture (ou 45 jours fin de mois). Les sanctions en cas de dépassement de ces délais sont renforcées.
- Les soldes : à compter du 1er janvier 2015, la durée des soldes nationaux repasse à 6 semaines et la période de soldes flottants est supprimée (loi n°2014-626 du 18 juin 2014).
- Les baux commerciaux : les loyers des locaux commerciaux sont indexés sur un nouvel indice de révision des loyers (Indice des Loyers Commerciaux) intégrant une méthode de calcul pondéré (calculé pour 50% sur l'indice des prix à la consommation, pour 25% sur l'indice du chiffre d'affaires du commerce de détail et pour 25% sur l'indice des prix à la consommation).

Statut juridique et fiscal

Rendez-vous dans notre rubrique Les guides pratiques / Mes impôts & taxes pour connaître le taux de TVA qui s'applique à votre activité ainsi que le mode d'imposition de vos bénéfices.

Rendez-vous dans notre rubrique Les guides pratiques / Mon régime social pour connaître le montant des cotisations et des prestations de votre régime social obligatoire.

L'ACTIVITÉ DU COMMERCE DE DÉTAIL D'ARTICLES DE SPORT

L'installation

La plupart des nouveaux points de vente sont créés à l'initiative des groupements de coopérative, ou de franchisés, mais la franchise est moins répandue dans ce secteur.

Concernant la reprise, la valeur du fonds dépend essentiellement de l'emplacement, de la surface de vente et du montant des loyers.

Les investissements

La tendance est à l'augmentation de la surface moyenne des magasins. Les investissements sont constitués essentiellement des agencements, présentoirs et vitrines. Les magasins situés en station nécessitent du matériel de réparation.

La gestion

Le suivi au quotidien

Le professionnel compare l'évolution du chiffre d'affaires d'une année sur l'autre, mois par mois. Il suit également la répartition des ventes par type de produits et par sport afin de maîtriser les approvisionnements, les prix et la marge de chacun des produits en fonction des coefficients multiplicateurs fixés.

Les recettes de l'activité

Le chiffre d'affaires moyen est très variable selon le type de magasin (indépendant isolé ou sous enseigne). Les ventes d'articles de sport sont soumises à des variations saisonnières. La répartition des ventes par famille de produits fait apparaître une prédominance des vêtements et un développement

croissant des chaussures. La vente de matériel sportif a tendance à se contracter.

Les charges à surveiller

Les achats représentent plus de 50% du chiffre d'affaires. Leur poids est d'autant plus lourd que l'affaire est importante (vente de matériels). Suivent les charges de personnel et les charges des loyers, les commerces étant souvent d'une surface importante et implantés dans des zones très commerçantes (centre-ville, zone commerciale).

La maîtrise du résultat

Le résultat dépend en premier lieu de la maîtrise des ventes et des achats. Une rotation trop lente aura des effets négatifs sur la rentabilité. Le commerçant doit également négocier des conditions de paiement favorables auprès des fabricants et grossistes. Il faut trouver un bon compromis entre tarifs attractifs (rotation des stocks plus rapide) et niveaux suffisants de marge.

La gestion financière et les besoins en trésorerie

Les fonds propres doivent être importants (investissements élevés) et le suivi de trésorerie rigoureux du fait des effets conjugués des délais de rotation des stocks et de la saisonnalité de l'activité.

		COMMERCE DE DÉTAIL D'ARTICLES DE SPORT
EVOLUTION DU NOMBRE DE CRÉATION	2016	608 ⁽¹⁾
	2015	703
	2014	1 014
	2013	761
	2012	773
	2011	794
	2010	891
LES RATIOS DE GESTION CLEFS	Chiffre d'affaires moyen	274 K€ ⁽²⁾
	Marge brute	49,87 % du CA
	Excédent brut d'exploitation	20,69 % du CA
	Rotation des stocks	163 jours de CA
	Crédit clients	12 jours de CA
	Crédits fournisseurs	49 jours de CA
	Besoin en fonds de roulement	68 jours de CA

⁽¹⁾Source : Insee, Démographie des entreprises et des établissements - champ marchand non agricole, Créations d'entreprises.

⁽²⁾Source : Moyenne indicative élaborée à partir de données Insee "Données du compte de résultat et bilan pour les personnes physiques". Données exprimées en % et jours de chiffre d'affaires.

LES POINTS DE VIGILANCE DU COMMERCE DE DÉTAIL D'ARTICLES DE SPORT

Les principales difficultés du métier

Bien qu'il évolue dans un marché porteur, le secteur de commerce de détail d'articles de sports reste risqué : les besoins en financement sont importants en raison des investissements initiaux lourds et de la durée de rotation des stocks. Toutefois, peu de points de vente sont isolés des réseaux qui offrent une plus grande pérennité à leurs adhérents.

• La gestion et la maîtrise des stocks

Pour être compétitifs, les professionnels sont obligés de proposer un large choix de produits. Ils sont exposés aux effets de mode, particulièrement difficiles à anticiper et à suivre dans le secteur. Les stocks représentent une part importante du chiffre d'affaires annuel.

• Les aléas climatiques :

Les commerces à caractère saisonnier (situés en stations de ski ou stations balnéaires) sont particulièrement exposés aux aléas climatiques.

Dans ce contexte, les affaires qui disposent de capitaux propres importants, qui bénéficient de forts volumes d'affaires leur permettant de mieux négocier avec les fournisseurs et qui sont positionnées sur l'outdoor et le sportswear ont les meilleurs atouts pour réussir.

		COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE
EVOLUTION DU NOMBRE DE DÉFAILLANCE COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE	2016	12 516 ⁽¹⁾
	2015	13 614
	2014	13 784
	2013	14 103
	2012	13 647
	2011	13 424
	2010	13 265
	TAUX DE SURVIE AU-DELÀ DES 5 PREMIÈRES ANNÉES	Commerce de détail d'articles de sport
Commerce et réparation		46,1 %
Moyenne tous secteurs		51,9 %

⁽¹⁾ Source : Banque de France.

⁽²⁾ Source : Insee, Taux de Survie à 5 ans pour la génération 2006.

EN SAVOIR PLUS SUR CE SECTEUR

Les principales organisations professionnelles

FPS

Fédération Professionnelle du Sport
109 rue du Faubourg Saint Honoré - 75008 Paris
Tel : 01 44 70 77 90 - Fax : 01.44.70.77.91
<http://www.entreprisesdusport.com/fr/>

FIFAS

Fédération Française des Industries du sport et des loisirs
3, rue Jules Guesde - 92300 Levallois-Perret
Tél : 01 47 31 56 23 - Fax : 01 47 31 56 32
<http://www.fifas.com>

La presse spécialisée

Filière Sport

<http://www.filierespport.com>

Sport Guide

<http://www.sport-guide.com>

SPORTéco

<http://www.sporteco.com>

La lettre de l'économie du Sport

<http://www.sport.fr>