

Le trail, nouvel outil d'attractivité territoriale

Publié le 28 avril 2020 par Jean Damien Lesay pour Localtis dans Tourisme, culture, loisirs

Selon une étude récente, les courses de trail, dont le nombre augmente fortement ces dernières années, ont un lien très fort avec les territoires. Les collectivités s'y impliquent et profitent de leurs retombées positives.



CC BY-SA 4.0 La Nova Fita

Depuis une dizaine d'années, le trail – courses à pied en pleine nature sur des parcours allant de moins de 20 kilomètres à plus de 80 km – a révolutionné le paysage des événements sportifs. Si leur apparition a été une bénédiction pour les amoureux des courses hors des sentiers battus et des routes goudronnées, elle a aussi constitué un tournant pour tous les acteurs du sport dans les territoires, et aujourd'hui plus de 80% des départements métropolitains sont concernés. C'est l'un des enseignements du premier [baromètre](#) des courses trail, réalisé par Emoha, agence spécialisée dans le développement et la performance sociale du sport, et le Centre de droit et d'économie du sport (CDES) de Limoges, et publié en janvier 2020.

Les réponses de 251 organisateurs de trails nous apprennent d'abord que le phénomène est bien récent : 61% des courses n'existaient pas il y a dix ans. Plus intéressante encore est la réponse à la question : "Quel était l'objectif des premières éditions ?" Dans un univers de l'événementiel sportif dominé par la compétition et la recherche de la performance, on apprend que "faire parler d'un territoire ou d'une destination" a été la principale motivation dans 71% des cas, suivi d'"animer un temps festif local" (52%). Le trail se positionne ainsi comme un instrument de valorisation territoriale, bien plus que comme un simple "rendez-vous compétitif" (36%). Si l'on ajoute que 24% des répondants évoquent

l'entretien des sentiers et parcours et la gestion de l'environnement naturel, on peut considérer le trail comme un phénomène nouveau, positionné au croisement d'intérêts sociaux, économiques, sportifs et environnementaux. Un constat appuyé par un autre enseignement de l'étude : 60% des courses ont un rayonnement local ou régional, et seulement 11% un rayonnement international. Et de fait, la participation médiane de la dernière édition de chaque trail ne dépassait pas 700 participants et 200 spectateurs.

Les trois quarts des trails soutenus par les décideurs locaux

En termes environnementaux, on notera que le développement durable semble inscrit dans l'ADN de ces courses de trail puisque 95% des organisateurs ont cherché à engager une démarche vertueuse dans ce domaine, dont 55% "de manière prononcée". Sans surprise, les collectivités locales sont impliquées dans l'organisation et le financement des trails. Dans 20% des cas, l'organisation s'appuie, en plus des bénévoles, sur la mise à disposition de ressources humaines professionnelles par des partenaires publics. Les subventions publiques représentent en moyenne 10% du budget d'un trail, pour un montant médian de 1.200 euros. Enfin, une large majorité des organisateurs estiment leur course "totalement" (42%) ou "un peu" (31%) soutenue, portée et valorisée par les décideurs locaux. Les auteurs de l'étude chiffrent le poids économique des trails en France pour 2019 à 393 millions d'euros, dont 76% profitent directement aux territoires organisateurs à travers l'hébergement des participants et accompagnants, la restauration, etc., soit un poids économique de 300 millions d'euros, qui génèrent eux-mêmes des effets indirects et induits.