INTERSPORT ENGAGÉS SPORT

1 FRANÇAIS SUR 2 ESTIME QUE SON POUVOIR D'ACHAT CONSACRÉ AU SPORT S'EST DÉGRADÉ EN UN AN

Le sport devient un véritable arbitrage budgétaire pour les Français. Pourtant, malgré une pression économique grandissante, les familles refusent de renoncer à la pratique sportive et continuent d'en faire une priorité. Selon une étude OpinionWay réalisée pour INTERSPORT*, cette évolution transforme durablement le rapport des Français au sport et renforce les enjeux d'accessibilité.

48 %	52 %	88 %	70 %
des Français estiment que leur pouvoir d'achat consacré au sport s'est dégradé en un an	jugent que les dépenses liées au sport ne sont plus financièrement accessibles	des familles prévoient malgré tout une rentrée sportive cette année	feront des sacrifices budgétaires pour permettre à leurs enfants de pratiquer un sport

** Étude OpinionWay réalisée pour INTERSPORT du 17 au 20 juillet 2026 auprès d'un échantillon représentatif de 1 035 français âgés de 18 ans et plus représentatifs de la population française.*

Longjumeau, 31 août 2026
Si le sport demeure un pilier essentiel du bien-être, de la santé et du vivre-ensemble, il devient chaque année plus difficile d'y accéder. Selon l'étude OpinionWay réalisée pour INTERSPORT, **1 Français sur 2 estime que son pouvoir d'achat consacré au sport s'est dégradé par rapport à 2025**, un constat qui renforce une inquiétude plus large : celle d'un sport qui devient progressivement moins accessible.

Alors que la rentrée sportive se prépare dans des milliers de foyers, cette étude met en lumière une réalité préoccupante : **le coût du sport s'impose désormais comme le premier frein à sa pratique**, devant le manque de temps ou d'infrastructures. Pourtant, malgré cette pression financière, les familles refusent de renoncer et s'organisent pour préserver la pratique sportive de leurs enfants, quitte à revoir leur équilibre budgétaire.

LE COÛT DU SPORT, PREMIER FREIN À SA PRATIQUE

Le sentiment d'inaccessibilité du sport progresse fortement cette année. En effet, **37 % des Français estiment désormais que le sport n'est pas accessible à tous**, contre 29 % en 2025, soit une hausse de **8 points en un an**.

Cette perception est encore plus marquée chez les femmes (**45 %**, +9 points) et les foyers aux revenus les plus modestes (**39 %**).

LE PRINCIPAL OBSTACLE EST SANS APPEL : **LE PRIX**.

Aujourd'hui, **52 % des Français considèrent que les dépenses liées au sport** (équipements, licences, abonnements ou cours) **ne sont plus financièrement accessibles, contre 46 % l'an dernier**. Cette perception atteint même 66 % chez les Français ayant le sentiment que leur pouvoir d'achat consacré au sport s'est dégradé depuis 2025.

Le prix devient ainsi **la première dimension de l'inaccessibilité du sport**, devant :
- L'accessibilité à tous les profils (45 %),
- L'accessibilité géographique (39 %),
- L'accès à l'information (31 %),
- L'accessibilité à tous les niveaux de pratique (26 %).

Au total, **près de 7 Français sur 10 (67 %)** estiment qu'au moins un de ces cinq piliers n'est pas réellement accessible aujourd'hui.

Cette dégradation du pouvoir d'achat consacré au sport traverse toutes les catégories de revenus : **elle concerne 53 % des foyers gagnant moins de 24 000 € par an et 51 % des classes moyennes**.

Conséquence directe : **le coût est désormais le premier frein à la pratique sportive pour 46 % des Français**, très loin devant le manque de temps (27 %), le manque d'offres (16 %) ou d'infrastructures (11 %). Cette proportion atteint 54 % parmi les ménages aux revenus les plus modestes et grimpe à 64 % chez les Français ayant constaté une dégradation de leur pouvoir d'achat consacré au sport.

Autrement dit, les contraintes financières risquent désormais de prendre le pas sur l'envie de pratiquer.

LA RENTRÉE SPORTIVE : UN RENDEZ-VOUS INCONTOURNABLE MALGRÉ LES SACRIFICES

À quelques semaines de la rentrée, les difficultés économiques ne remettent pourtant pas en cause une conviction forte : **le sport est essentiel au développement des enfants.**

Ainsi, **88 % des familles prévoient une rentrée sportive cette année.** Mais cette volonté s'accompagne d'une forte pression :

- **80 % des parents déclarent qu'ils ressentiraient de la culpabilité s'ils ne pouvaient pas offrir une activité sportive à leur enfant**. Ce sentiment atteint 84 % chez les familles dont le pouvoir d'achat consacré au sport s'est dégradé.
- **78 % seraient prêts à réduire d'autres dépenses du foyer pour financer cette pratique.**
- **7 familles sur 10 feront effectivement des sacrifices budgétaires pour permettre à leurs enfants de pratiquer un sport.**

Au-delà de la santé physique, les parents citent d'ailleurs la santé physique (34 %) comme premier bénéfice du sport pour leur enfant, devant l'épanouissement personnel (23 %) et la confiance en soi (18 %).

Cette importance accordée au sport se traduit dans les budgets :

- **76 % des familles considèrent que la rentrée sportive représente une dépense importante ;**
- **46 % prévoient d'augmenter leur budget sport par rapport à l'an dernier, 45 % de le maintenir et seules 9 % envisagent de le réduire ;**
- **La proportion de familles prévoyant une hausse, atteint 58 % parmi celles ayant constaté une baisse de leur pouvoir d'achat consacré au sport.**

Malgré cet engagement, la frustration demeure : **58 % des familles auraient souhaité investir davantage dans la pratique sportive de leurs enfants**, un chiffre qui grimpe à **69 %** chez les ménages les plus touchés par la baisse du pouvoir d'achat.

DES FAMILLES QUI DEVIENNENT DE VÉRITABLES GESTIONNAIRES DE LEUR BUDGET SPORT

Face à ces contraintes, les Français ne renoncent pas : ils s'organisent. Pour **45 % des familles**, la rentrée sportive est avant tout une question **d'organisation**, devant le budget (34 %). Le stress arrive très loin derrière (6 %).

Pour préserver leur pouvoir d'achat, les parents multiplient les stratégies. Au total, 85 % des familles ont adopté ou prévoient d'adopter au moins une solution pour maîtriser leur budget sportif :

- **59 % attendent les périodes de promotions ou les soldes ;**
- **50 % conservent les équipements plus longtemps ;**
- **28 % achètent du matériel d'occasion ;**
- **15 % empruntent certains équipements.**

Côté dépenses, **deux familles sur trois prévoient un budget compris entre 100 € et moins de 500 €**, réparti presque à parts égales entre les équipements (chaussures, vêtements, matériel) et les inscriptions (licences, abonnements, stages ou compétitions).

Les dépenses d'équipement et d'inscription pèsent presque autant dans le budget des familles : 87 % citent au moins un poste lié aux équipements et 86 % au moins un poste lié aux inscriptions. Les licences arrivent en tête des dépenses les plus lourdes (53 %), devant les vêtements (51 %) et les chaussures (50 %).

INTERSPORT : UN ENGAGEMENT CONCRET POUR RENDRE LE SPORT ACCESSIBLE À TOUS

Face à cette réalité, INTERSPORT a fait de l'accessibilité au sport un engagement de long terme. Lancée en 2025, sa plateforme de marque **« Engagés Sport »** traduit une conviction simple : **le sport ne doit pas devenir un luxe, mais rester un bien commun accessible à tous.**

Parce que la première attente des Français concerne aujourd'hui leur pouvoir d'achat sportif, INTERSPORT mène un **combat prix durable**, rendu possible par son modèle coopératif. L'enseigne déploie ainsi plusieurs dispositifs pour permettre à chacun de s'équiper au meilleur prix :

- **« 1ers Prix Performance »** : rendre la qualité accessible à tous, toute l'année avec plus de 1000 produits sport à moins de 10 € sur toutes les marques propres INTERSPORT (Nakamura, McKINLEY, Energetics, Pro Touch et Firefly) et sur la majorité des catégories sportives.
- **Prix Promo** : des prix justes sur toutes les marques propres et internationales tout au long de l'année.
- **Prix Engagés** : les meilleurs prix sur toutes les marques préférées et sur les produits les plus vendues des catégories sportives (foot, running, ski, tennis...), renouvelé tous les trimestres.
- Des **offres réservées aux licenciés** des fédérations et associations partenaires **ou aux pratiquants** plusieurs fois dans l'année.

Grâce à cette politique, **INTERSPORT permet aujourd'hui de s'équiper pour débuter un sport, en football, en natation ou pour le sport scolaire, avec une tenue complète à moins de 20 €.**

Mais rendre le sport accessible ne se limite pas au prix. Avec **980 magasins**, INTERSPORT est aujourd'hui l'enseigne de sport la plus présente sur le territoire français et agit au plus près des pratiquants. Chaque année, l'enseigne accompagne **20 000 clubs amateurs**, reverse **10 millions d'euros au sport amateur** et restitue **120 millions d'euros de pouvoir d'achat aux licenciés**.

Elle soutient également les principales fédérations sportives françaises (football, rugby, basket-ball, handball, tennis), accompagne les grands événements nationaux comme les Coupes de France et favorise la pratique des jeunes avec l'UNSS.

Enfin, parce que l'accessibilité passe aussi par une pratique plus responsable, INTERSPORT agit pour prolonger la durée de vie des équipements et développer une économie plus durable : **300 000 vélos sont assemblés chaque année en France**, plus de **500 magasins collectent les articles de sport usagés**, **340 000 opérations d'entretien** sont réalisées chaque année et **235 ateliers cycles** sont aujourd'hui labellisés "Bonus Réparation".

« Les résultats de cette étude nous interpellent collectivement. Ils montrent que, pour de nombreux Français, pratiquer un sport devient un arbitrage budgétaire, alors même que chacun reconnaît plus que jamais son rôle essentiel pour la santé, l'éducation et le lien social. Il est préoccupant de voir que le coût devient aujourd'hui le premier frein à la pratique. Chez INTERSPORT, nous sommes convaincus que le sport ne doit jamais être un privilège réservé à quelques-uns. C'est précisément pour répondre à cette réalité que nous avons lancé notre plateforme "Engagés Sport". Notre ambition est simple : agir concrètement pour préserver le pouvoir d'achat sportif des Français, accompagner les clubs et les territoires, et permettre à chacun, quel que soit son budget, de continuer à pratiquer le sport qu'il aime. Parce que rendre le sport accessible n'est pas seulement notre métier, c'est aussi notre responsabilité. »

Gérard LECLERC
Président d'INTERSPORT
France, Belgique, Espagne et Portugal.

À travers Engagés Sport, INTERSPORT réaffirme une ambition forte : permettre à chaque Français de continuer à pratiquer un sport, quels que soient son âge, son niveau ou son budget. Car le sport n'est pas un luxe : il est un levier essentiel de santé, d'éducation, d'épanouissement et de lien social.

À PROPOS D'INTERSPORT

Le Groupe INTERSPORT en France, c'est plus de 980 magasins réalisant un chiffre d'affaires de 3,91 milliards d'euros en 2025, avec plus de 19 000 collaborateurs. INTERSPORT se présente sous la forme d'une coopérative, regroupant des adhérents propriétaires de leurs magasins, avec une structure centrale basée à Longjumeau (Essonne) et trois plateformes logistiques totalisant 160 000 m2, réparties à Saint-Vulbas, Autrèche (Indre-et-Loire) et Machecoul (Loire-Atlantique). INTERSPORT est également propriétaire de l'enseigne lifestyle Blackstore et de la Manufacture Française du Cycle, première usine française d'assemblage de cycles située à Machecoul (Loire-Atlantique). La présidence France, Belgique, Espagne et Portugal est assurée par Gérard Leclerc.

CONTACT PRESSE - AGENCE BURSON
Marine Martin Delion I +33 6 26 39 83 72 I marine.martin-delion@bursonglobal.com