

**U**ne évolution rapide des valeurs, des modes de vie et de la consommation, conjuguée à une banalisation du voyage et à la progression constante des technologies de la communication, caractérise notre époque. Ces tendances favorisent l'innovation sur laquelle s'appuie souvent ce candidat à la création.

Point sur quelques références qu'il faut garder à l'esprit et illustration de la créativité débordante qui règne dans le secteur des sports et loisirs de nature ● ● ● ● ●

# INNOVATION, SPORTS ET LOISIRS DE NATURE

## Savoirs et Références

### **C**ontexte et définitions

► **L'innovation peut prendre des formes diverses dont le succès dépend de multiples facteurs**

Innover, c'est :

- faire mieux, améliorer les performances, l'efficacité, la fiabilité, la facilité d'utilisation ;
- faire différemment, plus simplement, avec d'autres méthodes ou à partir d'autres matières premières ;
- faire autre chose, utiliser ses compétences et ses moyens pour fournir d'autres biens et services ;
- faire plus vite, en réduisant le cycle de production ou en gagnant en réactivité ;
- faire moins cher, en optimisant le process, en changeant le design ;
- faire ensemble, en augmentant les synergies internes, en asso-

ciant les clients et les fournisseurs ;

- faire plus résistant, plus sûr, plus facile à entretenir, plus durable, plus léger, plus recyclable, etc.

#### Pour en savoir +

📖 Lire le rapport « *Créativité et innovation dans les territoires* » du Conseil d'analyse économique rendu public en mai 2010.

► **Le manuel d'Oslo définit quatre types d'innovation**

- la création d'un nouveau produit ou l'offre d'une nouvelle prestation commerciale ou de service ;
- la mise en œuvre de nouvelles techniques pour la production de biens ou la réalisation de prestations de services (innovation de procédé) ;
- l'innovation d'organisation ;
- l'innovation de marketing.

Il aura cependant fallu attendre 2005 et la troisième édition de ce document de référence pour que la définition initiale de l'innovation soit enrichie de dimensions qui ne soient pas purement techniques !

Dans tous les cas, trouver le bon compromis entre créativité et démarche d'innovation exige de savoir mobiliser des connaissances très diverses et de faire preuve d'un grand sens de l'observation.

#### ► **Le modèle classique de Rogers (1983) distingue cinq facteurs pouvant favoriser la diffusion d'une innovation**

1. l'avantage concurrentiel du produit nouveau tel qu'il est perçu par les consommateurs potentiels (en termes de coût, de performances, de commodité d'usage) ;
2. sa compatibilité avec les normes et références actuelles du consommateur ;
3. sa simplicité et sa facilité d'utilisation ;
4. sa facilité d'essai à moindre coût et sa possibilité d'être fractionné (permettant de pouvoir l'essayer à une petite échelle afin de permettre une acquisition progressive) ;
5. sa visibilité dans l'entourage social de l'innovateur en mesure de provoquer un élargissement de sa diffusion et sa communicabilité (pouvoir en parler aux autres tout en étant compréhensible).

#### ► **La notion d'innovation n'est pas un concept juridique**

À la différence de la notion de propriété intellectuelle, elle ne fait pas, en effet, l'objet d'une définition juridique particulière. Elle est appréhendée par le droit essentiellement dans le cadre de textes d'ordre fiscal ou relatifs à des aides de l'État ou de l'Europe.

L'innovation recouvre des éléments multiples (inventions, savoir-faire, logiciels, bases de données, marques, etc.) qui sont soumis en fonction de leur nature à des régimes juridiques distincts.

à savoir

La notion d'innovation ne recoupe que partiellement celle de propriété intellectuelle.

#### ► **Qu'est-ce que la propriété intellectuelle ?**

La propriété intellectuelle est une notion juridique dont le périmètre est vaste et le contenu hétérogène : elle intéresse des réalisations aussi diverses que des inventions, des logiciels, des créations littéraires, des marques, etc. Leur point commun : elles sont toutes protégées par un droit exclusif, conférant à leur titulaire le pouvoir d'en contrôler l'accès, l'usage et l'exploitation.

L'objectif du législateur (...) varie suivant la nature des éléments protégés, mais l'idée d'une récompense du titulaire par un droit exclusif est toujours présente.

Selon les cas, elle se justifie par un acte de création (cas des œuvres de l'esprit), par un enrichissement de l'état de la technique, une innovation (cas des inventions), par un investissement (cas des bases de données), ou encore parce qu'il contribue au bon fonctionnement du commerce et de la concurrence (cas des signes distinctifs).

Le droit de la propriété intellectuelle est organisé en deux grandes branches : la propriété littéraire et artistique (ou droit d'auteur) d'une part, la propriété industrielle d'autre part. Ces deux grandes branches comportent elles-mêmes des ramifications.

## FOCUS

### ... sur la propriété littéraire et artistique, ou droit d'auteur

Elle recouvre :

- Le droit d'auteur proprement dit, en vertu duquel un droit exclusif est accordé aux auteurs d'œuvres de l'esprit originales ;
- Le droit des producteurs de bases de données, en vertu duquel celui qui prend l'initiative et le risque des investissements liés à une base de données bénéficie du droit d'autoriser et d'interdire certains actes sur sa base ;
- Les droits voisins, qui incluent le droit des artistes-interprètes et le droit des producteurs de phonogrammes, vidéogrammes et entreprises audiovisuelles.

Source : [www.industrie.gouv.fr](http://www.industrie.gouv.fr)

## dans le sport, l'innovation est omniprésente

Elle concerne tout à la fois les pratiques, les produits et les services dont l'évolution dépend à la fois des technologies nouvelles et des évolutions sociétales.

L'innovation est soutenue par les fabricants de matériel et d'équipements sportifs, qui ont par ailleurs mobilisé depuis longtemps des professionnels du marketing, de la communication et du design pour en faire un marché de grande consommation.

Ainsi, les matériaux issus de la recherche dans d'autres secteurs industriels ont trouvé de nouvelles applications dans le sport : fibre de carbone, aluminium, polyester, Kevlar®, Pebax®, fibres composites... sont aujourd'hui largement utilisés pour répondre à la demande de renouvellement, de confort et de sécurité des pratiquants.

L'innovation est particulièrement valorisée dans la culture sportive. Un geste, une figure ou un exploit inédit, après avoir obtenu la reconnaissance de son efficacité ou de son esthétique par le public sportif concerné, porte souvent le nom de son créateur/réalisateur. Une reconnaissance qui vaut largement une médaille dans certaines activités sportives !

## FOCUS

### ... sur la famille des sports de glisse

Celle-ci est particulièrement emblématique de ce type d'évolution. Ski hot-dog, wind surf, delta-plane, kitesurf et d'autres supports, comme le buggy sur sable, le snowkite (sur la neige) et le mountain-board (sur le sable ou la terre) se sont, eux aussi, approprié l'aile de traction.

À l'instar du kitesurf, ces pratiques sont nées d'innovations techniques successives du surf reposant sur l'articulation de trois éléments : l'engin de déplacement, l'aile de traction incluant une barre de direction et le harnais qui relie l'aile au pratiquant.

Elles se sont imposées en grande partie grâce à l'investissement de fabricants qui se sont progressivement spécialisés.

Source : « *Le Kitesurf, une innovation française* », Yves Belliard et Claude Legrand, revue Espace, avril 2010.

#### ► Le cas des sports et loisirs de nature

Le développement des sports et loisirs de nature a particulièrement été impacté par ce phénomène ces trente dernières années.

Autrefois circonscrits à des activités connues du grand public grâce aux résultats de sportifs célèbres, ils se sont transformés en pratiques ludiques et de découvertes grâce à l'ingéniosité et à la volonté de tout un secteur professionnel qui a su entendre les nouvelles attentes des pratiquants, puis des consommateurs.

« De l'effet de mode aux innovations technologiques, les sports de nature sont en constante évolution. Les principaux ressorts sont la recherche de nouveaux terrains de jeu (activités sportives de loisirs ou récréatives) et d'aventure et le développement de ces activités dans les milieux urbains.

Souvent, les nouvelles tendances émergent de la déclinaison de sports déjà répertoriés. C'est le cas des pratiques de glisse aérotractée nées de la rencontre entre le « kitesurf », dérivé de la planche à voile, le surf des neiges, issu du ski, et du surf. C'est aussi le cas des raids sportifs organisés souvent à partir de plusieurs activités sportives classiques...

À chaque fois, ces formes de pratiques créent des utilisations atypiques des sites, espaces et itinéraires de pleine nature qui,

par ailleurs, sont aussi utilisés par d'autres publics.

[...]

La relation entre sports de nature et technologie semble être régie par un mécanisme dont les rouages sont interdépendants, où tour à tour la pratique de nouveaux sports induit la création de matériels innovants dont l'évolution conduit régulièrement en retour à l'amélioration des conditions de pratiques et ainsi de suite ».

Source : *Rapport du Conseil national des activités physiques et sportives 2002* publié par la Documentation française.

## FOCUS

## ... sur la marche nordique

L'actualité est d'ores et déjà au mariage des activités : courses d'orientation et découverte du patrimoine, via ferrata et découverte ludique et interactive, sentiers de randonnée et de découverte culturelle ou patrimoniale, course d'orientation, accès internet et stratégie, évènement sportif de haut niveau et médias...

### L'innovation : une question de posture

Dans le secteur des sports et loisirs de nature, on voit fleurir de nombreuses innovations qui semblent parfois aller à l'encontre des grandes tendances du marché.

À l'inverse, on peut facilement déceler dans ce secteur l'ouverture d'esprit qui qualifie souvent des chefs d'entreprise à l'affût de tout ce qui pourrait leur permettre de se démarquer, ou de renforcer la cohérence entre leur activité de chef d'entreprise et leurs choix de vie personnels.

Panorama des qualités requises pour innover qui fleurissent dans le secteur des sports et loisirs de nature.

Cette nouvelle activité, à mi-chemin entre la mise en forme et la randonnée, cible de nouveaux pratiquants issus de la gym, du fitness et du running. Elle apporte une réponse à la désaffection relative pour la pratique de la randonnée sous certaines formes et elle permet aux adeptes de « fitness » de faire une séance en plein air. Initiée au début des années 1990 par un moniteur de remise en forme finlandais, l'activité a été « marketée » en Scandinavie par le fabricant de bâtons Exel, sous le nom de « Nordic walking ». Les fabricants de chaussures de running comme New Balance, Asics ou Salomon ont rapidement contribué à asseoir cette nouvelle tendance : leurs modèles de « walking » sont aujourd'hui présentés au Salon de la randonnée. Aujourd'hui, ils participent à leur tour à l'installation de la dernière tendance : la rando rapide, dite « fast hiking » !

### ► Une capacité à faire preuve d'esprit critique et à s'adapter

Avoir l'esprit critique consiste à repérer dans son cadre professionnel et personnel ce qui pourrait être amélioré, ce qui complique la vie, mais aussi ce qui semble aller de soi, ce sur quoi

## FOCUS

### ... sur la capacité d'adaptation et d'innovation des accompagnateurs

« En une trentaine d'années, les accompagnateurs ont développé des activités d'une grande variété. Ils ont été les premiers à mesurer les attentes des publics en matière de patrimoine, de traditions et d'histoire et à adapter leurs produits en conséquence. Pionniers du canyoning dans la sierra de Guara ou du VTT sur les chemins muletiers, ils ont aussi promu le trekking et créé le marché de la raquette à neige. » Devenue le pilier hivernal de la profession, elle a même amené certains d'entre eux à se convertir en fabricants de raquettes : c'est le cas de Claude Bibolet, créateur d'Inook et de Philippe Gallay, P.-D.G. de la société TSL, devenue n° 1 mondial de la raquette à neige !

Du côté des Pyrénées, « La Balaguère », un des premiers voyageurs d'aventure spécialisés dans la randonnée a lancé le concept de « rando-liberté ». Il n'a pas hésité pour cela à remettre en cause l'opposition traditionnelle qui a régné entre la randonnée accompagnée et la randonnée individuelle !

Source : « La lettre de l'aventure et des sports de nature ». Septembre 2007 et octobre 2009

une profession ou un territoire fonctionne... De nombreux nouveaux concepts de produits ou de services sont le fruit de ce genre de remise en cause, de carences constatées dans l'offre ou d'une grande capacité d'observation et d'adaptation !

#### BON À SAVOIR

#### L'évolution des attentes chez les jeunes

Quand découvrir, connaître, comprendre ou apprendre devient le moteur de l'activité physique, la recherche de sensation n'est plus un but, mais un moyen. Les jeunes sont concernés par cette évolution, alors qu'ils ont été pendant longtemps essentiellement motivés par la recherche de sensations.

Pour repérer ce changement, encore faut-il être observateur, ne pas hésiter à bousculer les idées reçues et chercher quelques infos pour confirmer cette nouvelle tendance !

#### Pour en savoir +

Sur l'évolution des pratiques culturelles et sportives chez les jeunes, consulter le site @ [www2.culture.gouv.fr](http://www2.culture.gouv.fr)

#### ► De la curiosité et une grande ouverture d'esprit

Pour saisir les opportunités qui peuvent se présenter dans un monde qui change en permanence, encore faut-il rester en prise avec lui pour s'informer, analyser et comprendre ce qui se passe, anticiper, voire prédire certaines évolutions.

Les manifestations commerciales et autres salons, en relation directe avec le champ d'intérêt du candidat à la création, peuvent l'aider à trouver des idées de création, d'autant que, dans ce secteur, les fabricants et équipementiers sont très présents et contribuent activement au renouvellement des pratiques.

### à savoir

Le marketing de l'innovation est à situer dans le cadre d'une démarche qui vise à influencer le marché, contrairement à un marketing de la demande qui apporte une réponse au marché.

Savoir déceler des opportunités suppose aussi d'accepter les apports venant de l'extérieur, les savoir-faire ou les pratiques différentes.

## FOCUS

### ... sur la prise en compte du développement durable chez les équipementiers

- La notion de développement durable progresse au niveau du public, confortée par de nombreux labels garants d'une démarche écologiquement et socialement correcte.

- Les équipementiers comme Patagonia (avec notamment le "1 % pour la planète") et Lafuma (partenaire de WWF sur des produits éco-conçus), ou Eider (coton équitable de Max Havelaar) ont depuis longtemps pris cette tendance très au sérieux ! Millet et Cousin ont lancé dès 2007 une opération pour recycler les vieilles cordes de montagne, transformées ensuite en cintres, eux-mêmes utilisés pour les vêtements de la marque !

## Où trouvent-ils des idées et de nouvelles opportunités ?

Dans ces secteurs comme dans tous les autres, il est préférable d'exercer une réelle vigilance dans trois domaines de prédilection : la vie économique, le quotidien et son milieu professionnel... sans oublier de prendre plaisir à le faire !

### à savoir

Le mot anglais *sport*, souvent synonyme de compétition, vient du vieux français *desport*, se « desporter » signifiant s'amuser !

► **Suivre attentivement l'actualité**, via la presse quotidienne, la télévision, Internet ou des magazines télévisés, permet de détecter des « pistes à creuser ». Au niveau du territoire d'implantation de la future entreprise, cette recommandation est majeure. À titre d'exemple, l'annonce de la création dans une ville moyenne d'une antenne universitaire intervenant dans le sport ou les sports de nature représente une opportunité pour envisager de proposer ses services.

## FOCUS

### ... sur le VTT de descente valorisé dans un article du quotidien *La Croix*

« Ce loisir, au départ réservé à des pratiquants expérimentés, tend à se développer dans les stations où les infrastructures construites pour les skieurs servent aux cyclistes l'été venu : un VTT accroché sur un télésiège. (...)

Le domaine franco-suisse des Portes du Soleil a été un des pionniers de ce loisir au milieu des années 1990. Aujourd'hui, à la belle saison, 25 des 200 remontées mécaniques sont remises en service pour ces vététistes qui ne se contentent pas de se balader sur des sentiers alpins.

(...)

Cette évolution est aussi passée par l'aménagement d'espaces entièrement consacrés au VTT, les bike parks, déclinaison des snow parks construits pour les nouvelles formes de glisses (...). »

➔ Source : *La Croix* - Pascal CHARRIER  
30/07/2010 - [www.la-croix.com](http://www.la-croix.com)

## OÙ TROUVER L'INFO ?

- La société Sociovision publie périodiquement des travaux décrivant les caractéristiques des comportements et le mode de vie de la société française.
- Le Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (CREDOC) dispose également d'enquêtes ou d'études concernant directement ce secteur d'activité.
- Sur les marchés du tourisme, une simple inscription sur le site national @ [www.veilleinfotourisme.fr](http://www.veilleinfotourisme.fr) permet de balayer l'évolution du marché du tourisme.

### ► S'intéresser à la vie économique du secteur

La presse dédiée à la création d'entreprises et la presse professionnelle fournissent, quant à elles, des reportages précieux sur les nouvelles tendances des consommateurs ou des marchés permettant d'anticiper l'évolution de la demande, de transférer une innovation sur un autre territoire ou d'adapter une innovation à de nouvelles activités...

## FOCUS

### ... sur la tendance sport et culture chez les voyageurs

La découverte du patrimoine historique ou naturel est depuis longtemps une des motivations de la randonnée. Le développement des randonnées culturelles dans les agences de voyages illustre pleinement cette tendance : peinture et randonnée chez Allibert, produits scientifiques et naturalistes (agences Aventure et Volcans, Saiga, Escursia)... Spécialiste des voyages culturels, l'agence Intermèdes s'est rapprochée d'Allibert Trekking en 2010 pour créer une nouvelle marque alliant culture et randonnée : Sentiers des Arts. Hervé Derain, cofondateur de Terres d'Aventure, a quant à lui choisi de se rapprocher de l'agence Orient Aventure, spécialisée depuis vingt ans dans les voyages culturels, pour développer une nouvelle gamme de produits centrés sur la randonnée douce et la découverte culturelle. Les organisateurs du jeune festival « Culture Aventure » ont su saisir cette nouvelle tendance !



## FOCUS

### ... sur les espaces associant des structures de pratiques artificielles et des prestations de Parc récréatif

#### ► Observer les évolutions professionnelles de la filière

La bonne connaissance d'un métier, alliée aux dispositions d'esprit déjà évoquées, doit inciter à rechercher dans sa filière de nouvelles propositions de services ou de produits. Il est vrai que le contact avec les acteurs d'une filière mais aussi avec les partenaires de la filière peut amener à imaginer des solutions ou des améliorations permettant de répondre à des insatisfactions, des dysfonctionnements ou des besoins repérés.

## à savoir

**La lettre de l'aventure et des sports de nature** est un mensuel qui décrypte depuis une dizaine d'années le marché de l'outdoor et l'évolution des pratiques sportives en France et à l'étranger.

La lecture de rapports économiques issus d'un syndicat professionnel, d'un ministère, d'une collectivité territoriale, d'une chambre de commerce ou des métiers, d'organismes d'études et d'observation, du Sénat, de l'Assemblée nationale, etc. peut aussi permettre de déceler des opportunités de créations. Il suffit parfois de s'abonner simplement sur une liste de diffusion.

Les structures artificielles tentent de reproduire les conditions de pratiques en site naturel, tout en facilitant les évolutions en proposant des niveaux de pratiques variés et sécurisés.

Les prestations de Parc récréatif (buvette, location de matériel, animation du site, restaurant, lieu de stationnement, etc.) viennent à la fois faciliter la pratique et contribuer à la rentabilité de la structure en multipliant les centres de recette (...).

Ainsi, les domaines skiables sont-ils complètement façonnés pour s'adapter à des clientèles sans compétences technique, physique et psychique particulières (...).

Source : [www.virtualburo.fr](http://www.virtualburo.fr)

#### ► Participer à des rencontres professionnelles

Les acteurs qui œuvrent pour le développement des sports et loisirs de nature accordent une grande importance aux Rencontres nationales du tourisme et des loisirs sportifs de nature.

Entérinée par le Comité interministériel du tourisme de septembre 2003, la première édition s'est déroulée en octobre 2003, à l'initiative du territoire Millau Grands Causses.

## PAROLE D'EXPERT

En Bretagne, en plus des prestations de type croisière (avec nuitée) ou de « balade et rando nautique® » (type embarquement immédiat) pour lesquelles de belles opportunités existent, le développement d'une nouvelle entreprise pourra se faire sur une des niches en cours de développement (longe côte, école de sauvetage côtier,...) ou bien sur un secteur mature du point de vue tarifaire (surf, char à voile, kitesurf) en partenariat direct avec un des centres nautiques implantés sur le territoire.

L'innovation se joue ici à l'échelle du territoire. Grâce à la volonté et à l'engagement de nombreux acteurs, le territoire a développé une expertise et un réseau de compétences unique qui apporte une aide complète aux créateurs d'entreprises.

*Philippe RODET  
Directeur de « Nautisme en Bretagne »*

Fortement soutenue par les pouvoirs publics et en particulier le ministère en charge des sports, elle est depuis organisée tous les deux ans sur le territoire national pour rendre compte des évolutions de la filière. Après Besançon, Clermont-Ferrand et Nantes, la première édition européenne a été organisée à Annecy en octobre 2011. ■

Le pôle ressources national des sports de nature est une mission d'appui au ministère des Sports. Créé en 2004, dans le cadre de la politique de développement maîtrisé des sports de nature, il anime un réseau d'acteurs du tourisme, du sport, de l'environnement et des territoires. Ces derniers peuvent valoriser leurs expériences ou partager leurs projets lors des rencontres nationales du tourisme et des loisirs sportifs de nature. À partir de 2011, ces rencontres prennent une dimension européenne.

Le pôle ressources national des sports de nature et son réseau national apporte de l'expertise dans les domaines suivants :

- l'organisation de manifestations sportives et le soutien aux associations sportives ;
- l'accès aux lieux de pratique ;
- l'emploi et les métiers ;
- la mise en place d'actions éducatives ;
- la réglementation des sports de nature ;
- la connaissance des pratiques et les pratiquants.

Des référents sports de nature ont été mis en place au sein des services départementaux et régionaux de l'État ainsi qu'au sein des fédérations sportives concernées, ils constituent les interlocuteurs privilégiés du pôle ressources et déploient sur le terrain la politique de développement maîtrisé des sports de nature impulsée par le ministère.

*Cette fiche s'appuie sur les conseils de l'APCE et sur le Guide de la propriété intellectuelle dans les pôles de compétitivité du ministère de l'Industrie. Les exemples ont été sélectionnés dans La Lettre de l'aventure et des sports de nature.*