



LA VOIX DES COURREURS

LA GRANDE **ENQUÊTE**
DU RUNNING **2025**

CAMPUS

INTRODUCTION

Qui sommes-nous ?

Créé en 2020 par Nicolas (@RunningAddict sur les réseaux), Tristan (@Ironuman), Elodie et Jonathan, Campus est une plateforme d'entraînement en course à pied et en trail qui propose à 350k+ coureurs une pratique individualisée, adaptée et durable. Via une application, chaque coureur du grand débutant à l'expert obtient un programme d'entraînement finement personnalisé en fonction de qui il est, ses besoins, et ses objectifs quels qu'ils soient. Nous sommes fiers d'avoir récemment accueilli l'athlète Mathieu Blanchard au sein de l'équipe des coachs Campus.

En plus d'un entraînement adaptatif, on propose au coureur un accompagnement dans toute sa pratique grâce aux conseils des coachs à chaque séance, des articles éducatifs, des sessions d'échange avec les coachs, ou encore un contact direct avec l'équipe Campus. Notre but est de donner tous les outils dont le coureur a besoin pour comprendre son entraînement et l'aimer.

Enfin, Campus c'est aussi une communauté soudée de coureurs et coureuses bienveillants, qui partagent quotidiennement leur expérience sous le signe de l'entraide. Cette communauté existe à travers les 35 groupes de course que nous avons en France, en Belgique et en Suisse, les rencontres virtuelles et physiques que nous organisons, l'espace virtuel dédié sur lequel les Campusiens échangent entre eux et avec nos experts, et le Club Campus affilié à la FFA.

L'enquête

Chez Campus on aime la course à pied, genre vraiment beaucoup, genre on pourrait en parler pendant des heures. On aime en parler avec le cœur, mais connaître les chiffres et les tendances de notre sport pour en parler aussi avec du concret, c'est encore mieux !

Publiée pour la première fois en 2024, cette deuxième édition de La Grande Enquête du Running a pour but de :

- **Donner la parole aux coureurs** pour mieux les connaître et anticiper leurs besoins pour les années à venir
- **Contribuer à faire rayonner ce sport** en diffusant des chiffres et infos clés sur la pratique des Français
- **Donner un véritable outil de référence** à tous ceux qui veulent en savoir plus sur la course à pied, son marché et ses évolutions d'années en années

Retrouvez ici nos éditions précédentes :

[La Grande Enquête du Running 2024](#)

[La Grande Enquête du Trail 2025](#)



MÉTHODOLOGIE

Cette étude a été réalisée à partir de deux sources de données :

- **les activités réalisées** et importées sur l'application d'entraînement Campus
- **un questionnaire d'enquête** quantitative diffusé par mail à notre communauté

Toutes les évolutions affichées au cours de l'étude sous la forme "+xpts" sont le résultat de la comparaison des données avec celles de La Grande Enquête du Running 2024. Les pourcentages sont arrondis à l'unité. Les sommes peuvent ne pas être exactement égales à 100%

Cette enquête a été créée en collaboration avec Emma et Louis, Machine Learning Engineer et Data Architect chez Campus.



L'échantillon

DATA



L'échantillon

QUESTIONNAIRE



Tu es ?

Sexe	Répartition en %
Une femme	40%
Un homme	60%
Non-binaire	0%

Quel est ton âge ?

Âge	Répartition en %
<24 ans	9%
25-34 ans	45%
35-44 ans	27%
45-54 ans	14%
55-64 ans	4%
>65 ans	1%

Depuis combien de temps cours-tu ?

Pratique	Répartition en %
<1 an	17%
1 à 3 ans	36%
3 à 5 ans	16%
>5 ans	32%

Tu cours...

Fréquence	Répartition en %
Occasionnellement (<1 fois/semaine)	3%
Régulièrement (≥ 1 fois/semaine)	18%
Fréquemment (≥ 3 fois/semaine)	67%
Intensément (≥ 5 fois/semaine)	12%

Tu te considères...

Niveau	Répartition en %
Débutant(e)	16%
Intermédiaire	50%
Confirmé(e)	27%
Expérimenté(e)	7%
Expert(e)	0%

Quelle est ta profession ?

Profession	Répartition en %
Agriculteurs exploitants	0%
Artisans, commerçants et chefs d'entreprise	7%
Autres personnes sans activité professionnelle	2%
Cadres et professions intellectuelles sup.	52%
Employés	15%
Etudiants	9%
Professions intermédiaires	12%
Retraités	1%

SOMMAIRE

PRATIQUE ET ENTRAÎNEMENT	05
ÉQUIPEMENTS ET TECHNOLOGIE	16
ÉCOLOGIE ET COURSE À PIED	24
SOCIAL ET COMMUNAUTAIRE	28
LES COURSES	34
INFLUENCE, MÉDIA ET TENDANCES DU MARCHÉ	41
LA COURSE À PIED CHEZ LES FEMMES	50
LE SPORT EN ENTREPRISE	56



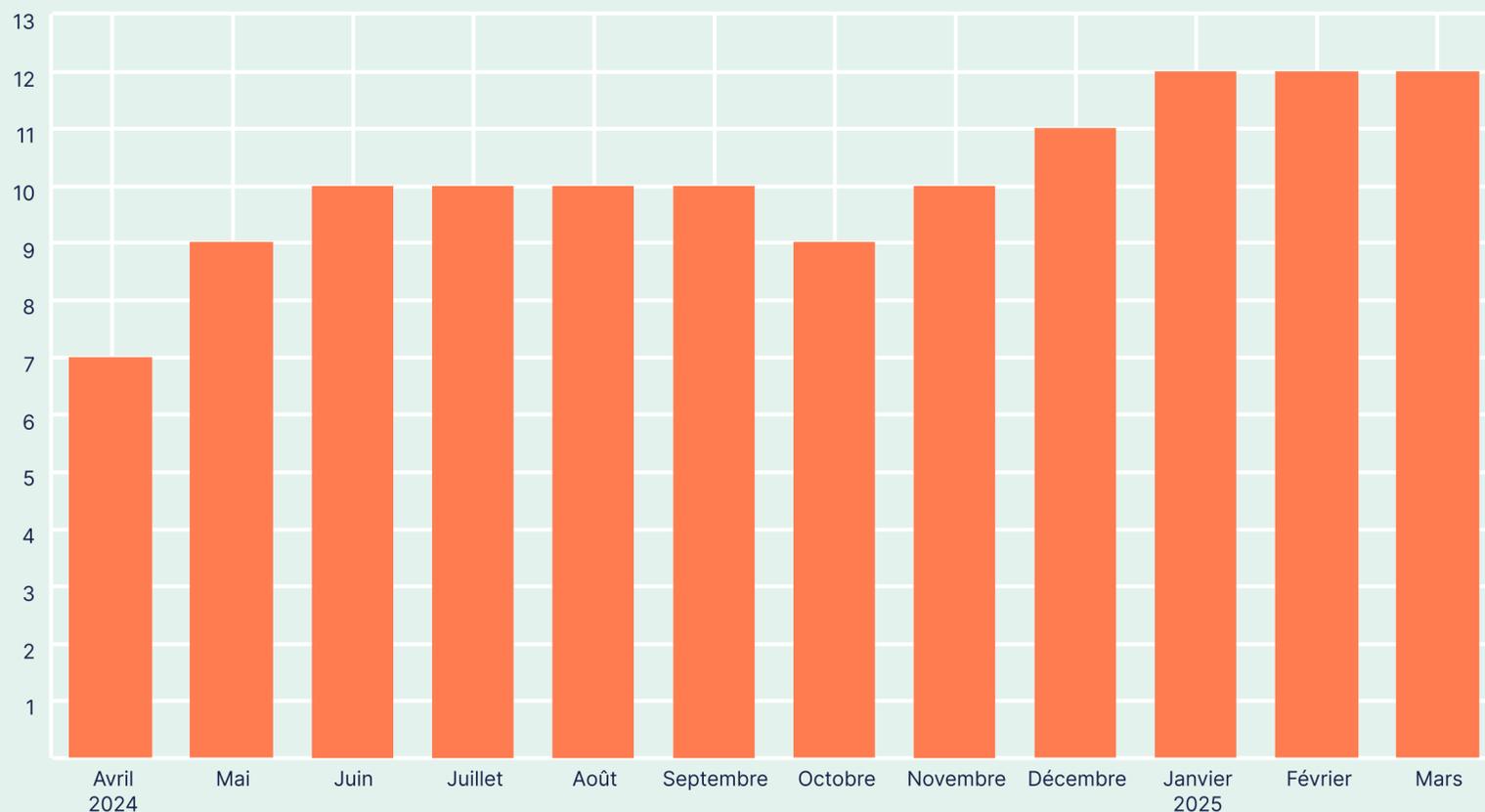
PRATIQUE ET ENTRAÎNEMENT

FRÉQUENCE DE LA PRATIQUE	06
DURÉE	07
ALLURE	08
DISTANCE	09
HORAIRE	09
CHRONOS SUR LES COURSES	10
LIEUX DE PRATIQUE	12
MOTIVATIONS À COURIR	14
RENFORCEMENT MUSCULAIRE	15

06
07
08
09
09
10
12
14
15

FRÉQUENCE DE LA PRATIQUE

Moyenne du nombre de séances complétées par athlète

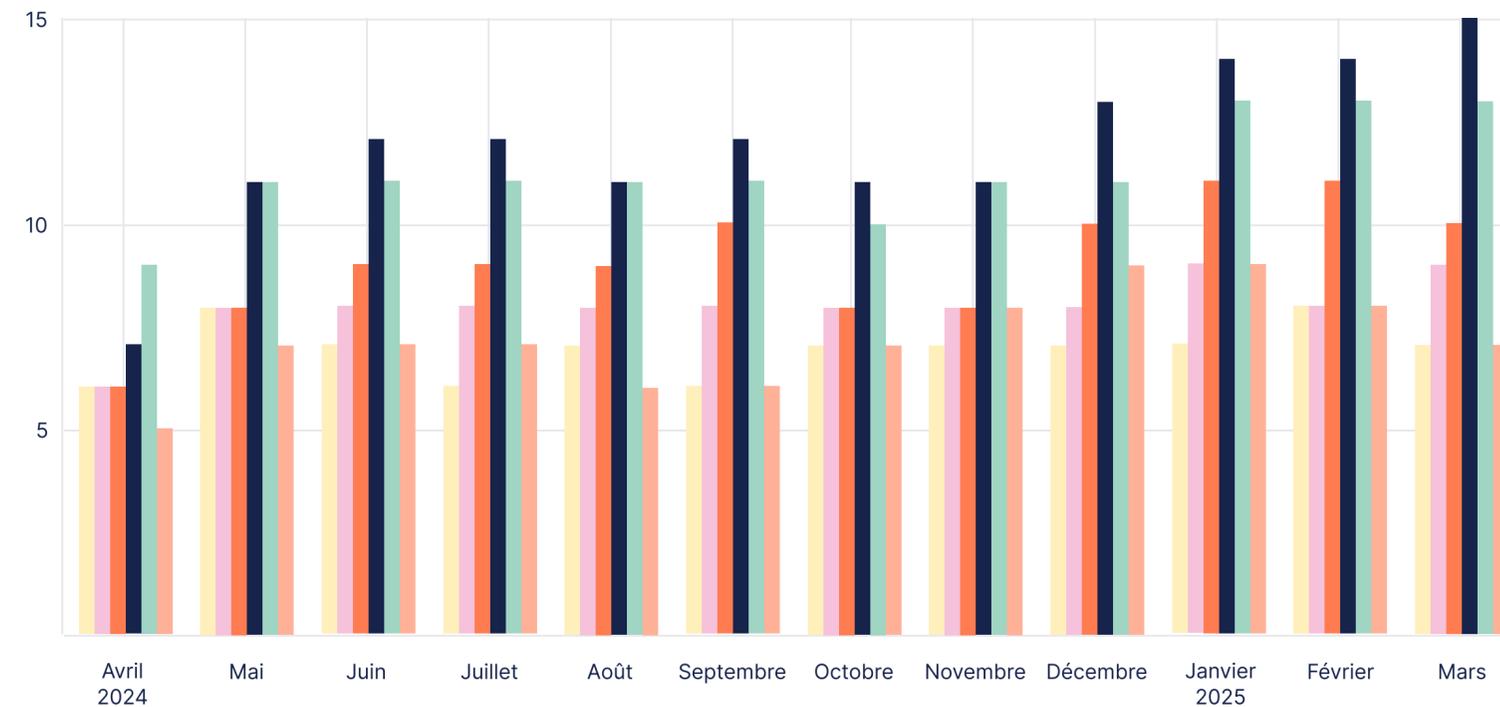


Les coureurs effectuent en moyenne 10 sorties par mois, avec une pratique relativement constante tout au long de l'année.

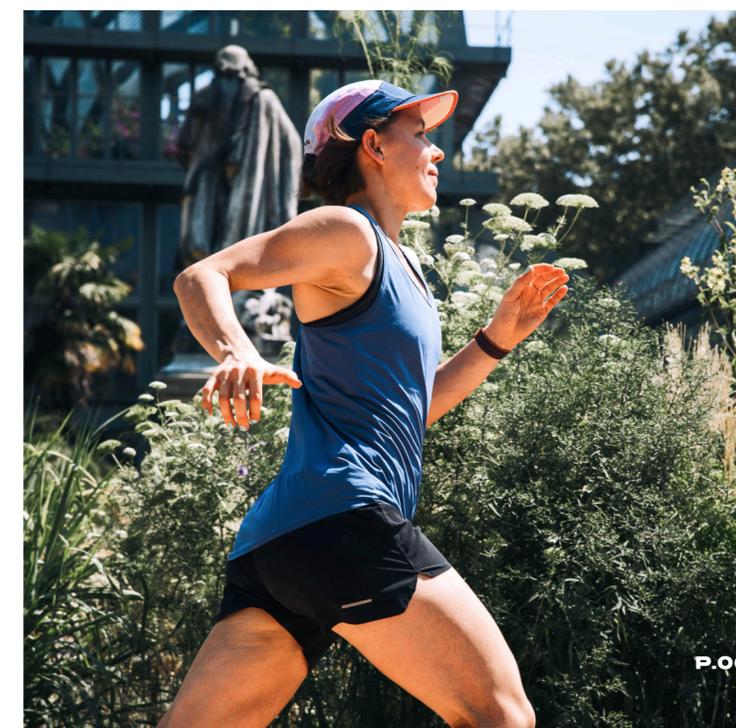
On observe toutefois une légère hausse en début d'année, probablement liée aux préparations des courses de printemps et aux bonnes résolutions. Le recul observé en avril pourrait s'expliquer par la récupération post Marathon De Paris, imposée à une grande partie de nos coureurs.

Moyenne du nombre de séances complétées par athlète selon l'objectif préparé

● 5km ● 10km ● Semi-marathon ● Marathon ● Trail ● Autres

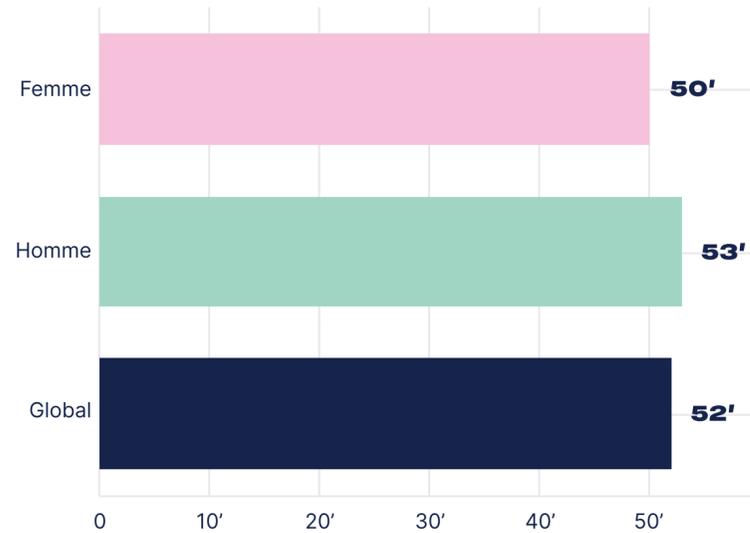


Sans grande surprise, on observe que la fréquence de la pratique est directement liée à la distance préparée par les coureurs. Plus l'objectif préparé est long, plus le nombre de séances effectuées est élevé. La fréquence d'entraînement étant l'un des premiers facteurs de progression et de performance, c'est logique !



DURÉE

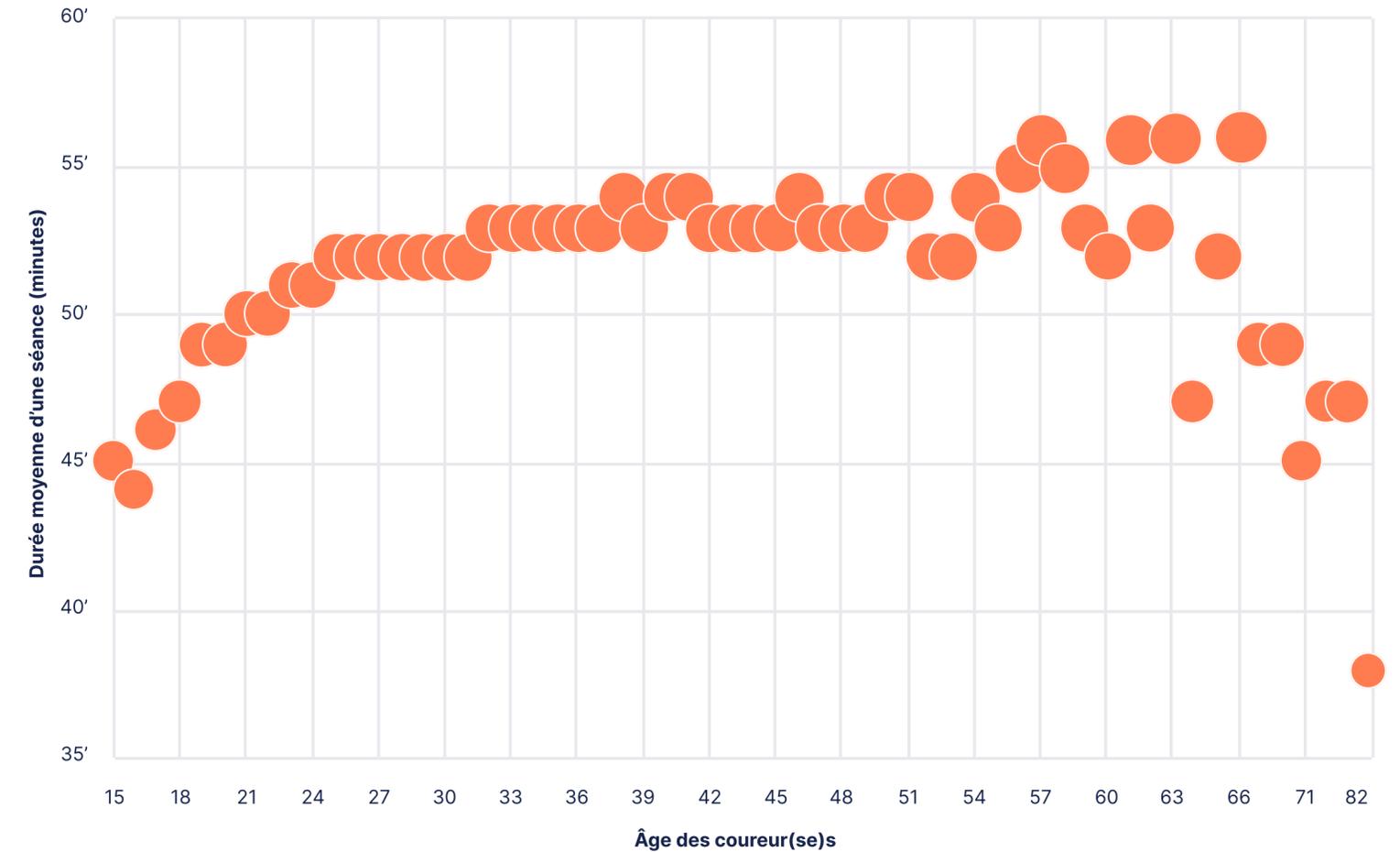
Moyenne de la durée des séances



Avec une moyenne de 52 minutes, la durée des sorties peut sembler élevée. Cependant, cela s'explique en grande partie par l'importance des sorties longues dans l'entraînement des coureurs. En effet, pratiquement tous les coureurs de Campus réalisent une sortie longue chaque semaine, ce qui contribue fortement à faire grimper cette moyenne.



Moyenne des durées des séances d'entraînement selon l'âge



La durée moyenne des sorties de course à pied augmente avec l'âge, révélant un attrait croissant pour les longues distances. Cette tendance peut s'expliquer par l'accumulation d'expérience, qui permet de courir plus longtemps. Elle peut également être influencée par la préparation d'un marathon, une course qui séduit de nombreux coureurs quadragénaires et implique des sorties longues, contribuant ainsi à cette hausse.

Enfin, l'endurance étant une qualité qui continue de bien se développer avec l'âge — davantage que la vitesse —, les coureurs s'y adaptent naturellement, en s'orientant vers des épreuves qui valorisent leur progression.

Cependant, cette corrélation s'inverse aux alentours de 55 ans, où l'on observe une diminution progressive de la durée moyenne des séances.

ALLURE

Moyenne des allures des séances

Allure moyenne des sorties au global

6:17
/km

Allure moyenne des sorties des femmes

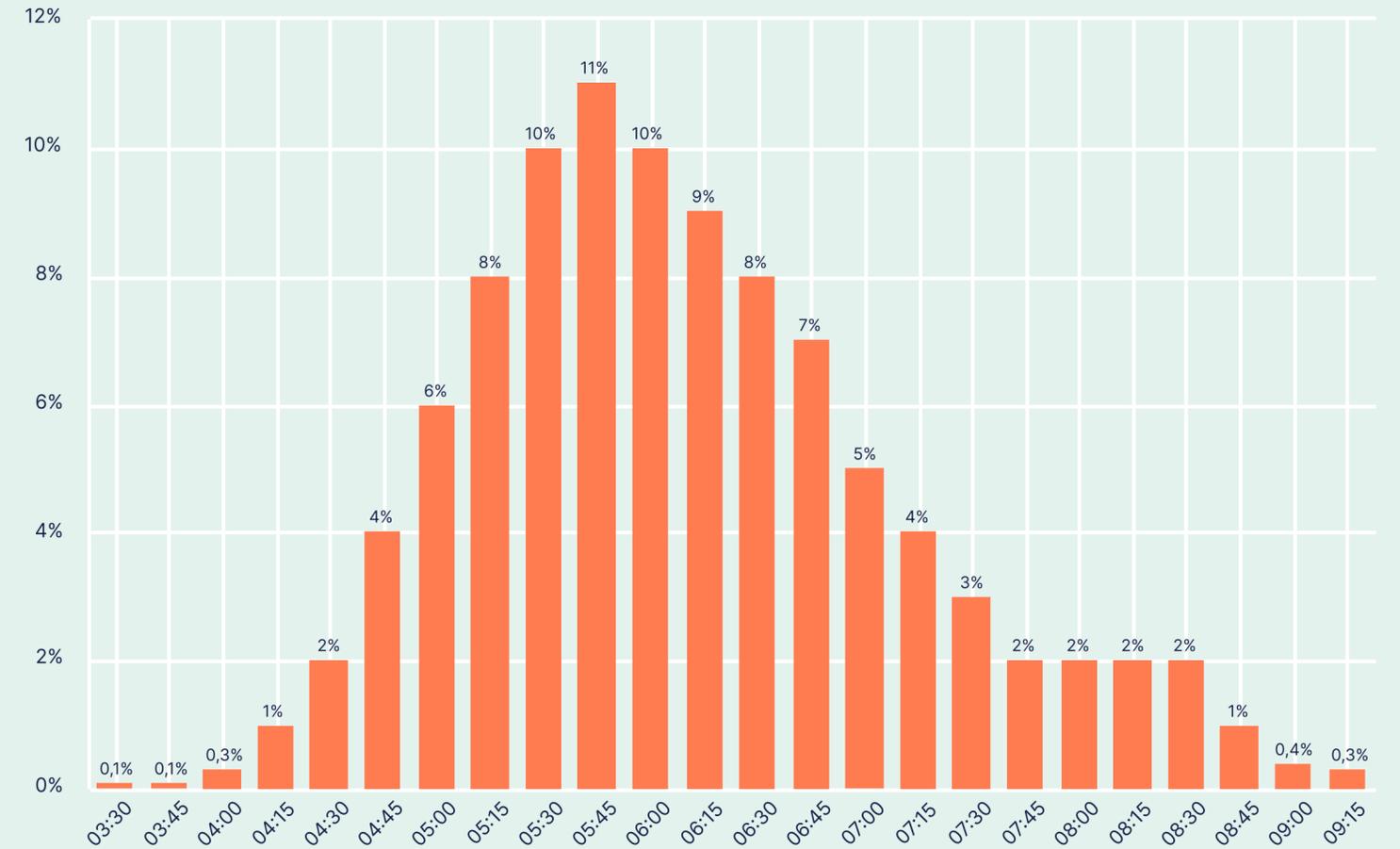
6:51
/km

Allure moyenne des sorties des hommes

6:01
/km



Répartition des séances selon l'allure



La répartition suit une courbe en cloche, montrant une distribution normale autour d'un cœur de cible situé vers 06:00mn/km. La tranche 05:45 à 06:15mn/km concentre la majorité des séances (30%), ce qui indique une allure modérée, typique d'un coureur régulier, sans objectif de performance élite.

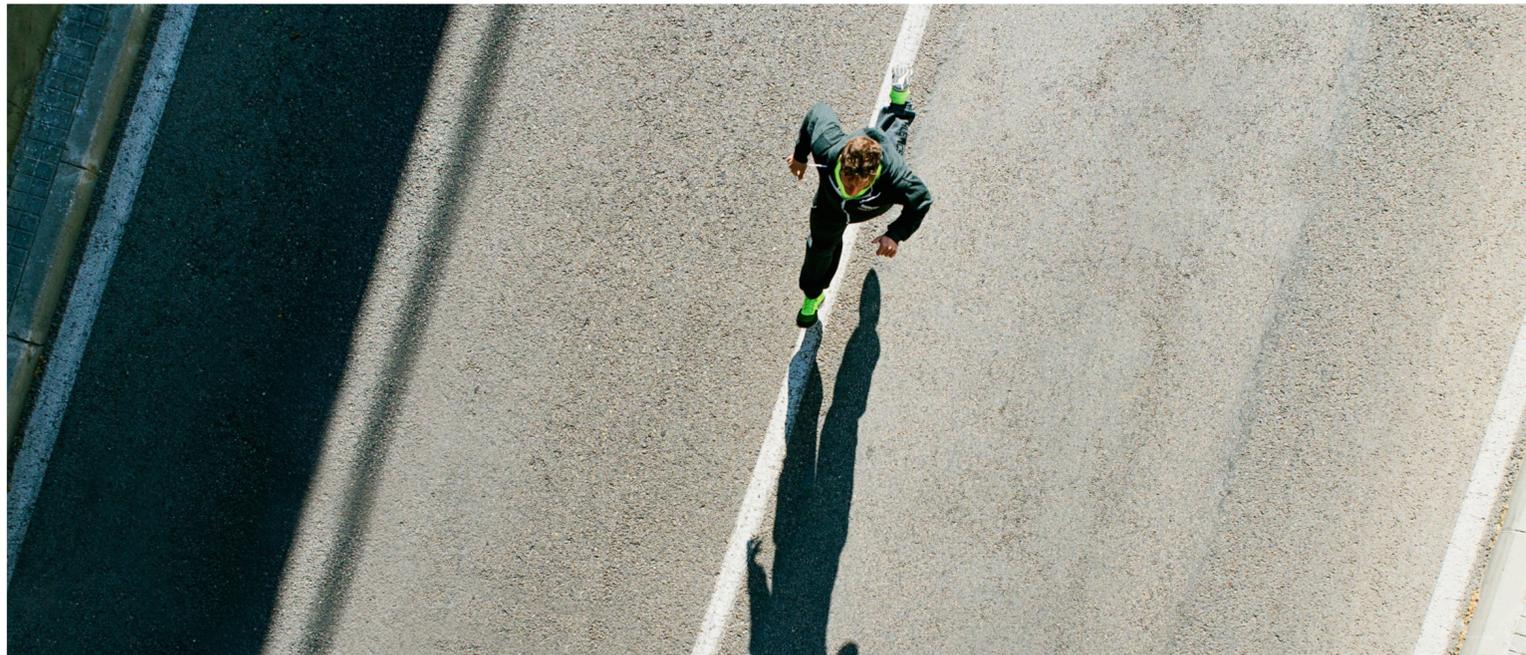
Le fait qu'environ 10% des séances soient réalisées à une allure rapide (<5:00mn/km) et 20% à une allure lente (>07:00mn/km) montre la capacité de Campus à coacher des coureurs de niveaux très hétérogènes. Certains courent leurs séances fractionnées à 03:00mn/km, et d'autres alternent marche/course, mais tous bénéficient d'un accompagnement individualisé sur l'application.

DISTANCE

Distance moyenne parcourue par séance



Méthodologie : Les valeurs extrêmes ont été exclues.



HORAIRE

Répartition des séances selon les tranches horaires



05h-09h
Avant le travail

7%



09h-11h
En matinée

14%



11h-14h
Le midi

27%



14h-16h
L'après-midi

9%



16h-20h
Après le travail

28%



20h-22h
En soirée

13%



22h-05h
La nuit

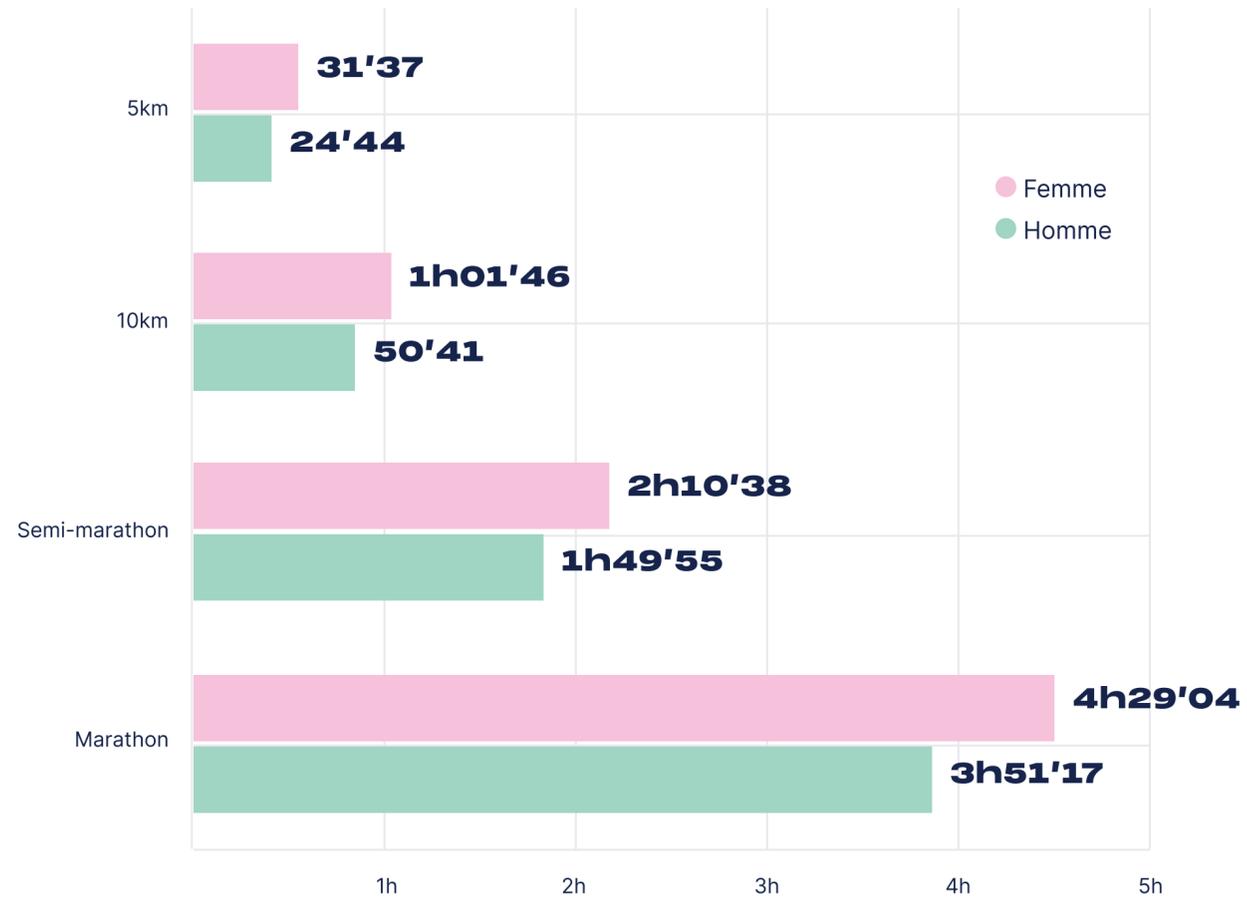
3%

Sans grande surprise, on constate que les pics d'activités sont le midi et après la journée de travail. L'heure du déjeuner semble très prisée, certainement par les actifs avec un emploi du temps flexible, en télétravail, ou avec la possibilité de courir sur leur lieu de travail.

Méthodologie : Seules les activités importées via les services externes Garmin, Strava et Coros ont été regardées. Cela représente 1,6M d'activités.

CHRONO SUR LES COURSES

Temps de course moyen

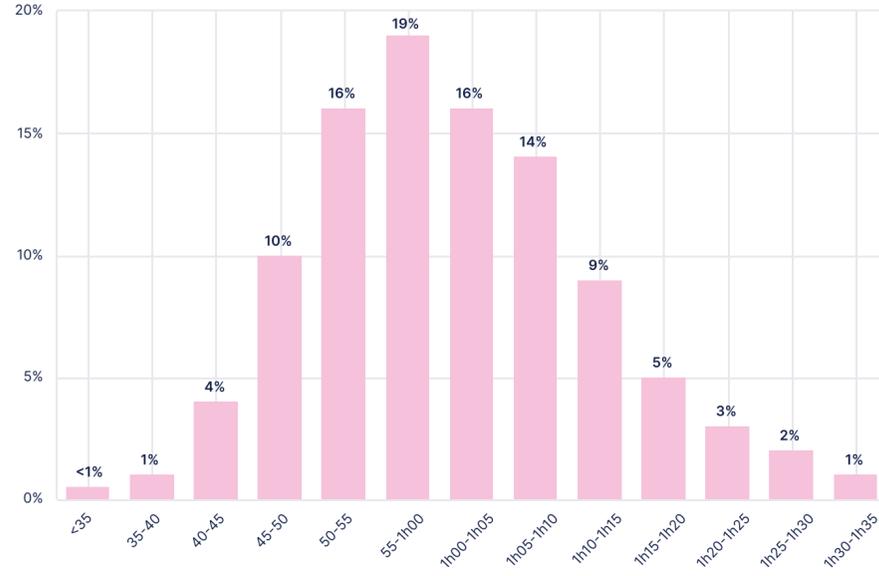


Méthodologie : Il s'agit des objectifs de course complétés sur Campus, à la fin des plans d'entraînement.

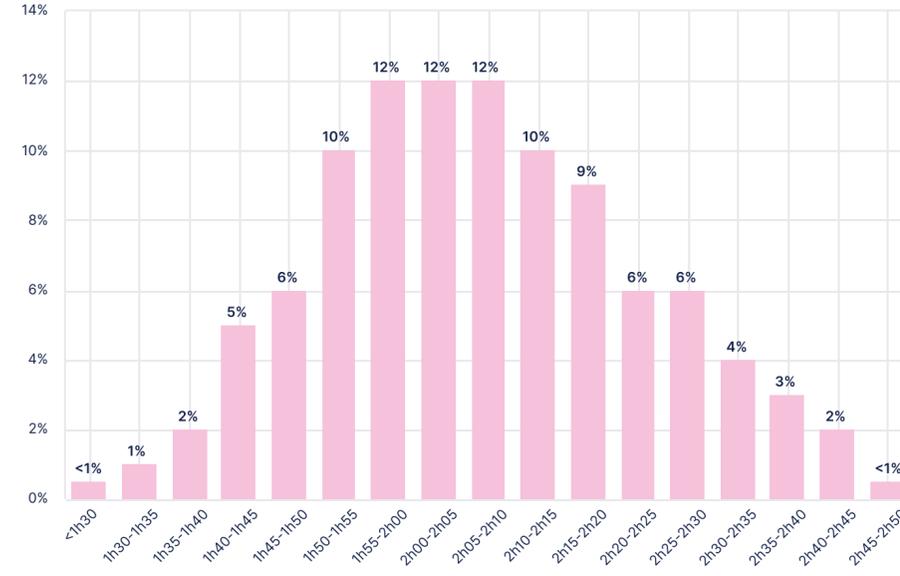


Répartition des temps de course moyens selon le sexe et la distance

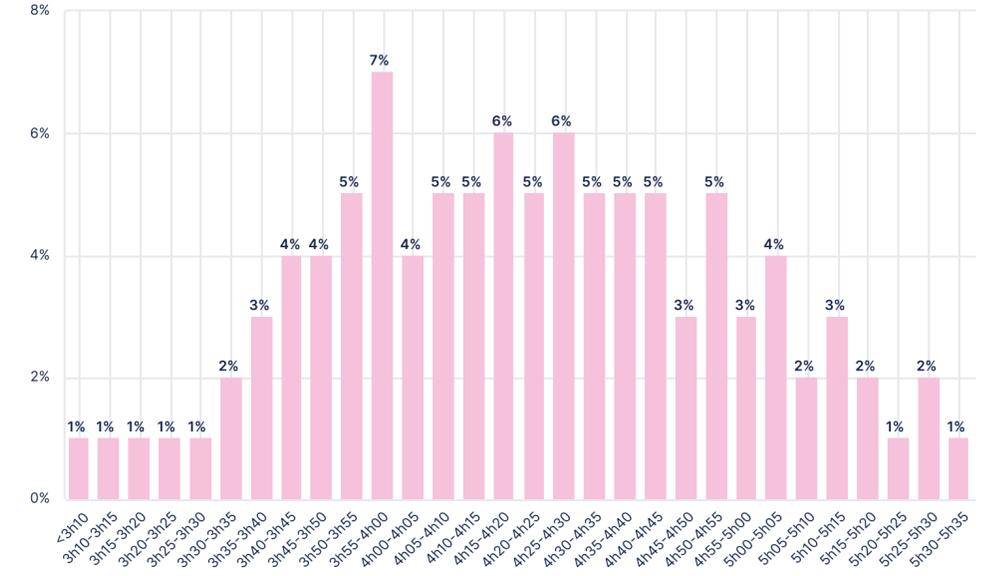
Femme 10K



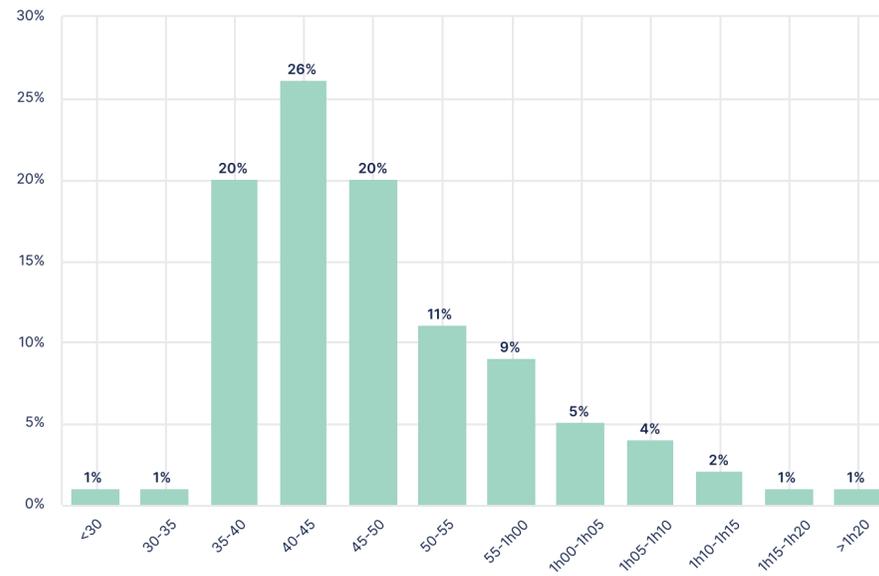
Femme 21K



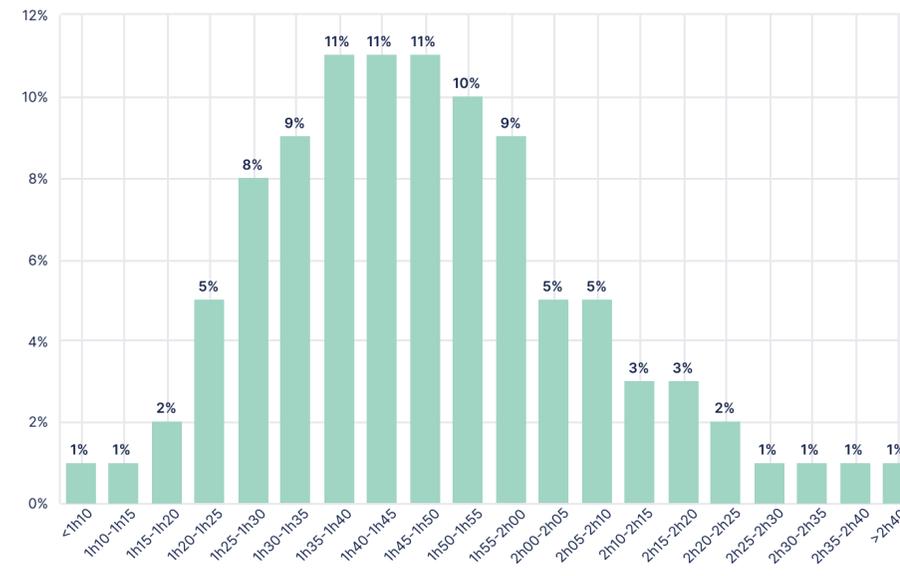
Femme 42K



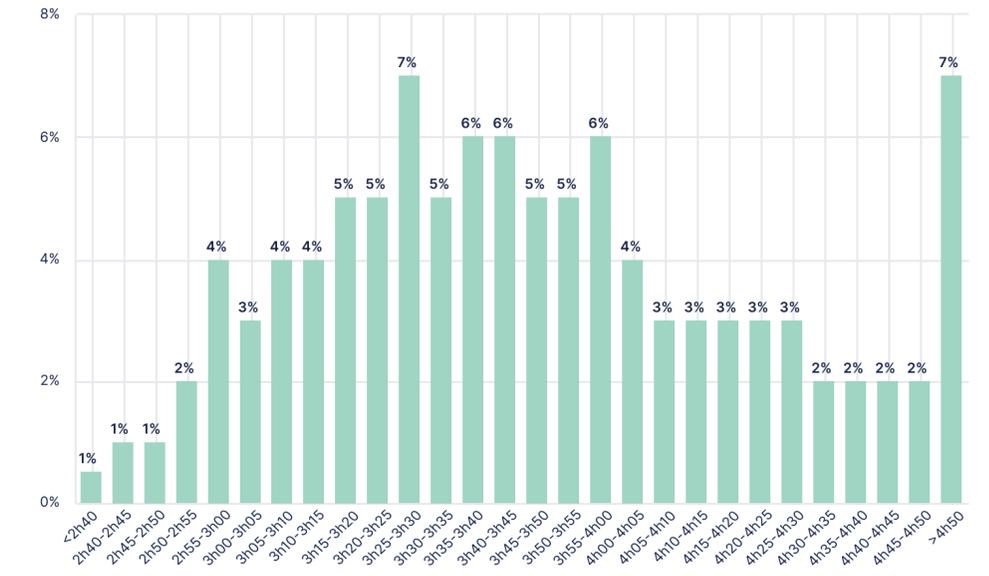
Homme 10K



Homme 21K

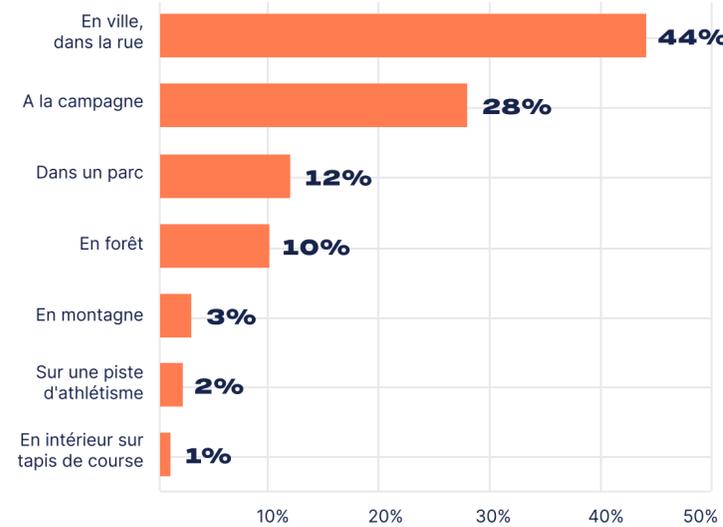


Homme 42K



LIEUX DE PRATIQUE

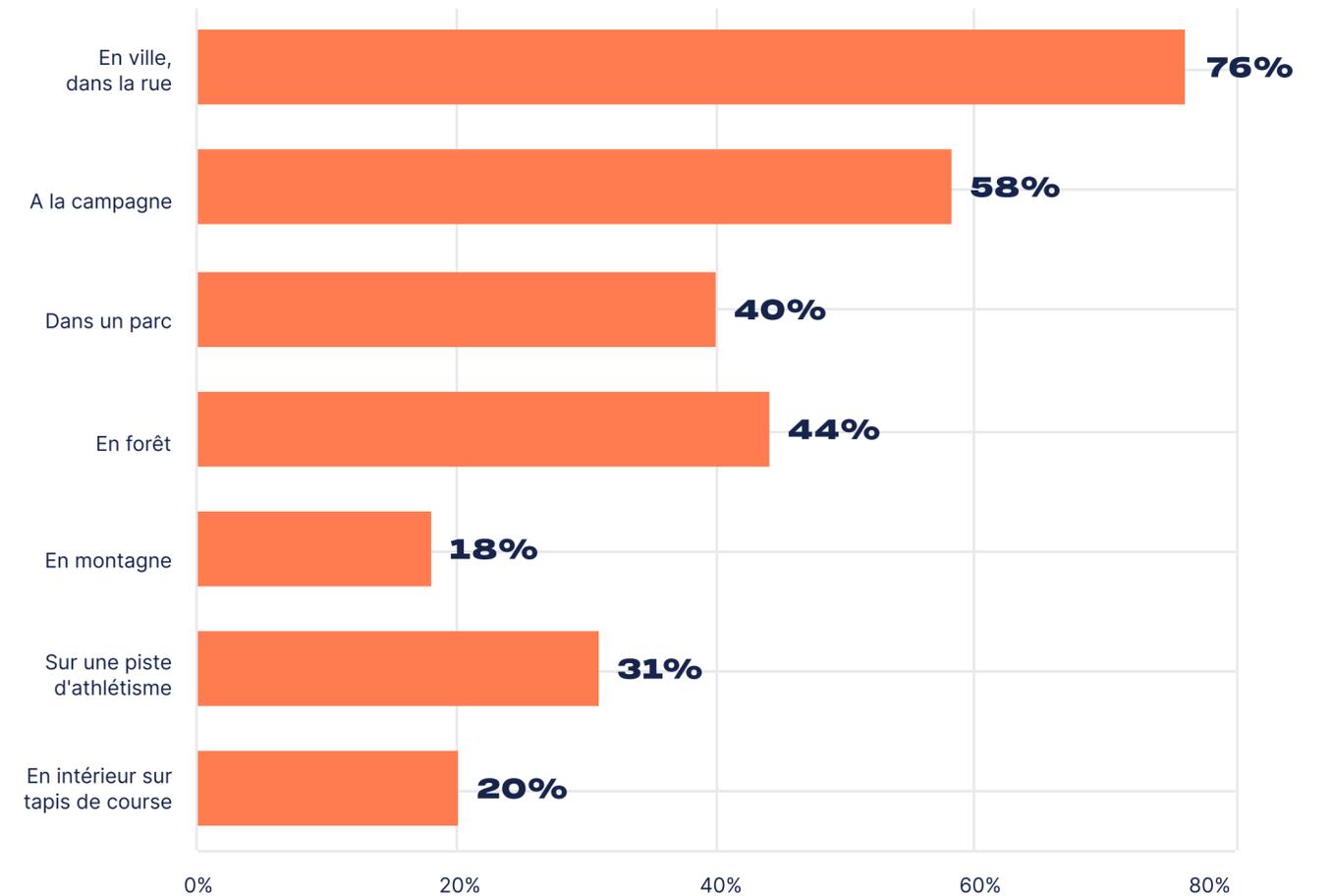
En règle générale, dans quel cadre cours-tu ?

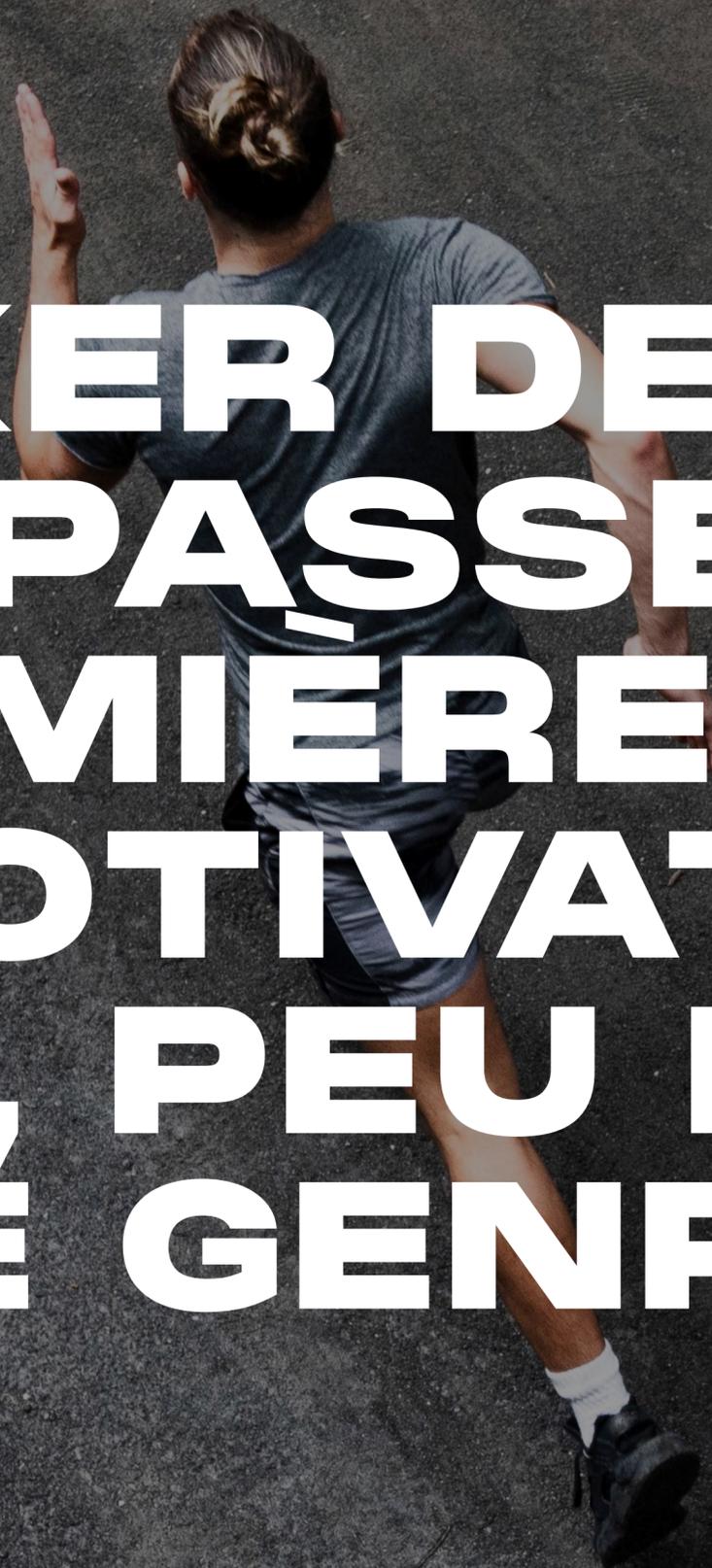


On note que la ville est le principal terrain de jeu des coureurs, visiblement plutôt urbains. Le tapis de course a été utilisé par 20% des coureurs, probablement pour pallier des conditions extérieures défavorables (météo, nuit, sécurité...) ou pour simuler une pente. Toutefois, son usage reste occasionnel, puisque seuls 3% l'utilisent de manière régulière.



Au cours des derniers mois, dans quel(s) cadre(s) as-tu couru ?

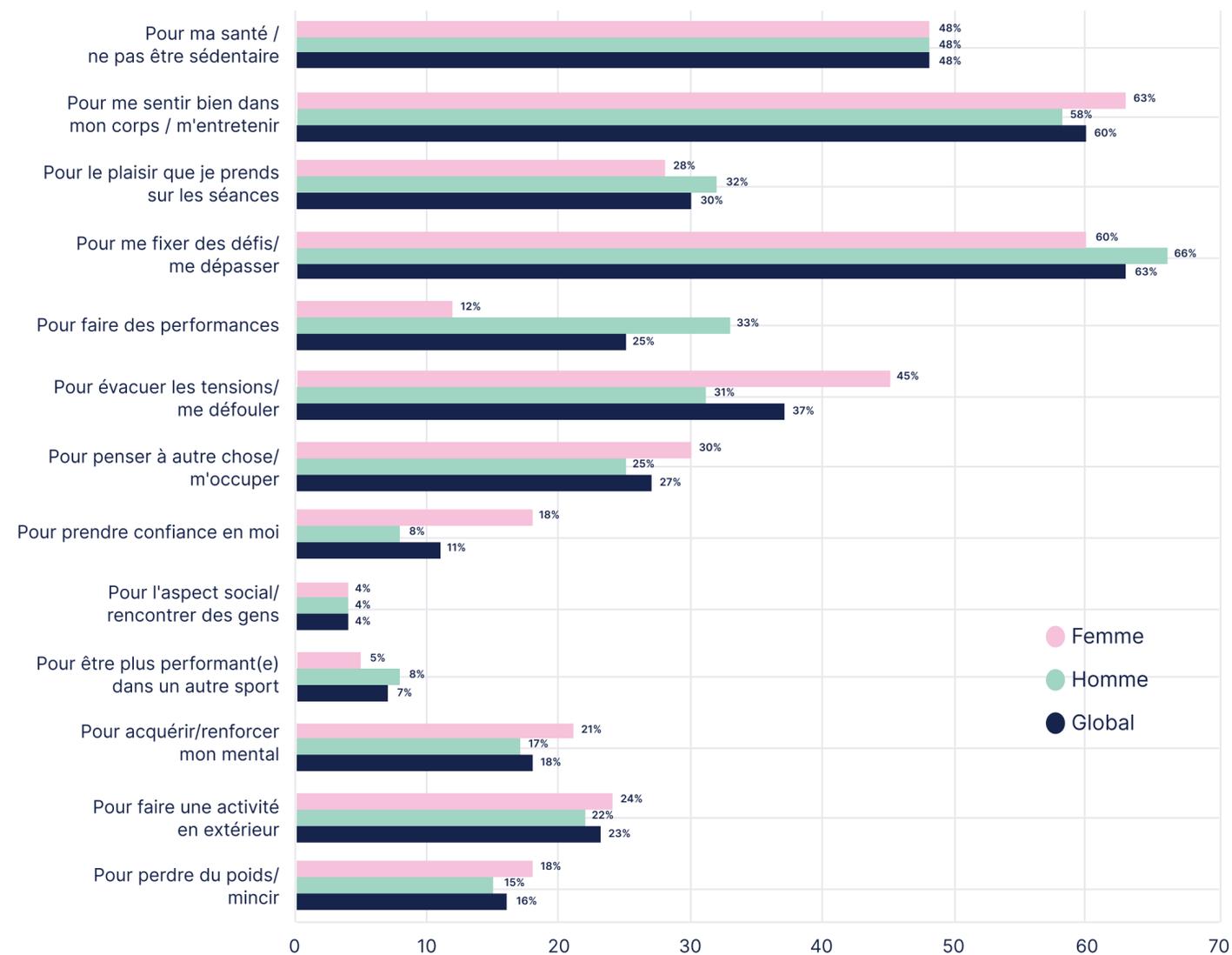




**"ME FIXER DES DÉFIS /
ME DÉPASSER" EST
LA PREMIÈRE SOURCE
DE MOTIVATION À
COURIR, PEU IMPORTE
LE GENRE !**

MOTIVATIONS À COURIR

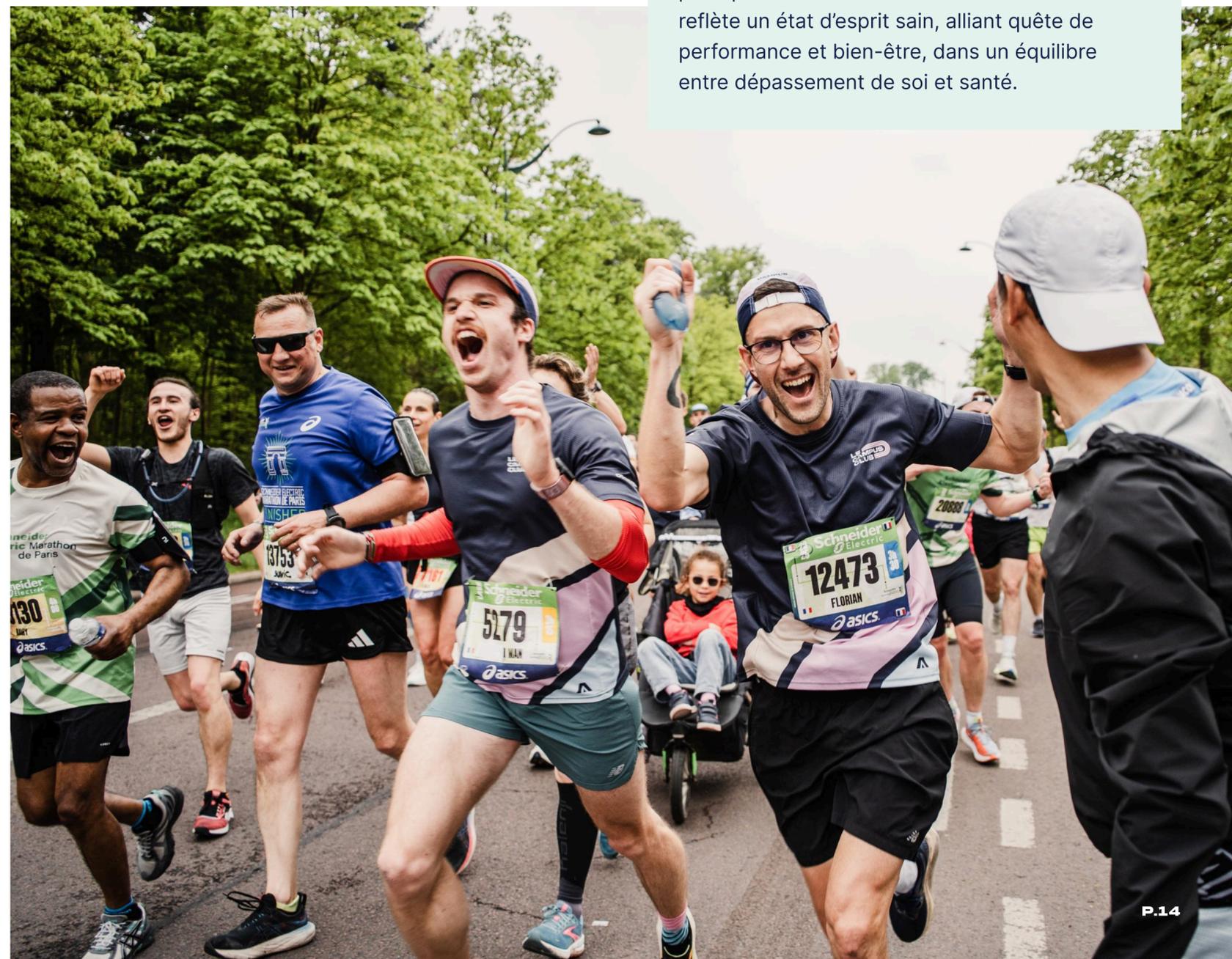
Pour quelles raisons cours-tu ?



On note que "pour me fixer des défis/me dépasser" est la 1^{re} source de motivation, peu importe le genre ! La course à pied est un sport hautement mesurable, où chaque séance peut être perçue comme un petit objectif. Cette capacité à se challenger en permanence, à suivre ses progrès de manière tangible, et à repousser ses limites, crée une forte dynamique de motivation personnelle.

Le top 4 des raisons de courir varie peu entre les hommes et les femmes, à l'exception de deux motivations où l'écart est significatif : « pour faire des performances » et « pour évacuer les tensions/me défouler ».

Bonne nouvelle : « Pour me sentir bien dans mon corps/m'entretenir » figure parmi les principales motivations des coureurs. Cela reflète un état d'esprit sain, alliant quête de performance et bien-être, dans un équilibre entre dépassement de soi et santé.

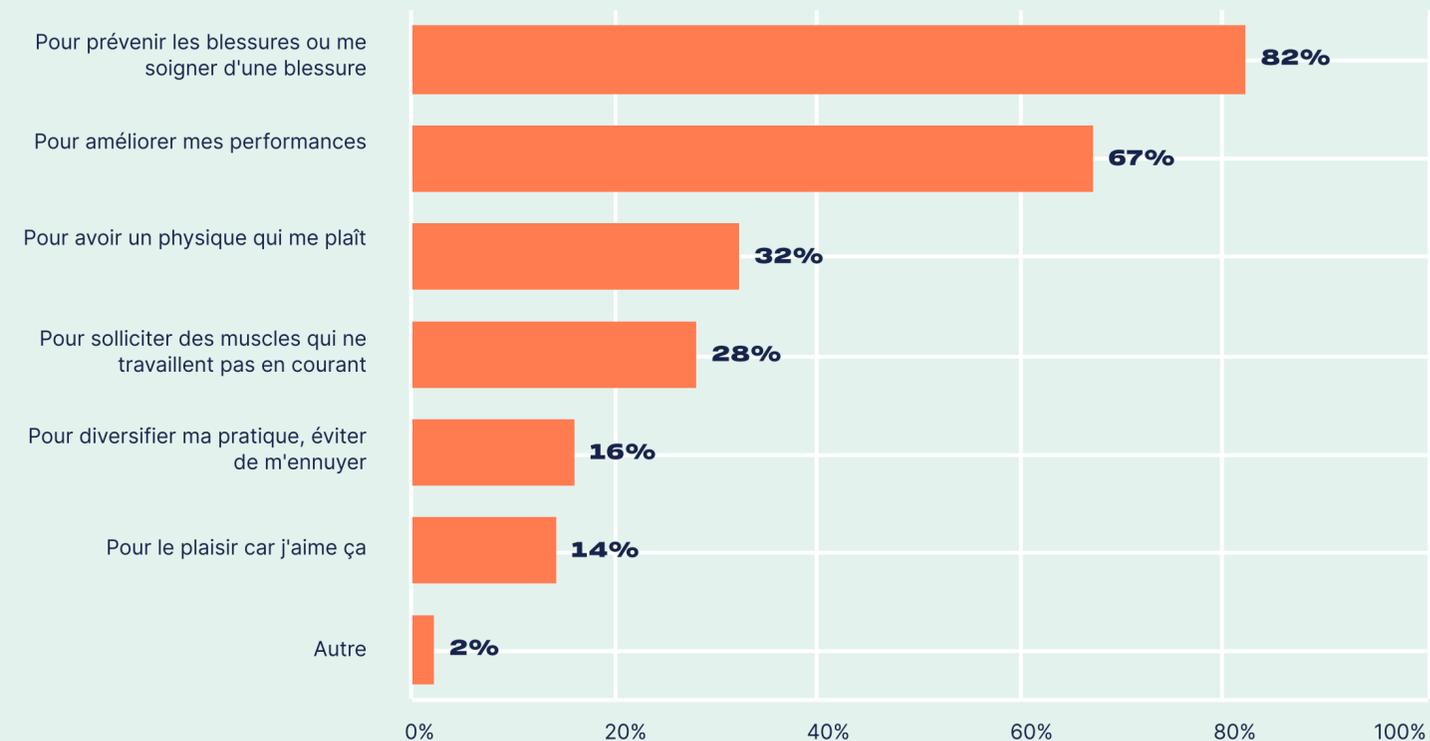


RENFORCEMENT MUSCULAIRE

Intègres-tu du renforcement musculaire dans le cadre de ta pratique ?

	Global	Débutant(e)	Intermédiaire	Confirmé(e)	Expérimenté(e)	Expert(e)
Non, je n'en fais pas	11%	15%	11%	9%	11%	12%
Non, mais je compte en faire	12%	16%	12%	11%	8%	10%
Oui, j'en fais occasionnellement	30%	28%	31%	31%	28%	17%
Oui, j'en fais toutes les semaines	47%	41%	46%	49%	53%	62%

Pour quelle(s) raison(s) intègres-tu ou souhaites-tu intégrer du renforcement musculaire ?



Info : Le principal objectif du renforcement musculaire est de réduire le risque de blessure, permettant ainsi de s'entraîner plus régulièrement – un facteur clé de progression pour un coureur. Une simple séance de 20 minutes par semaine peut déjà offrir des bénéfices significatifs !



77%

des coureurs intègrent le renforcement musculaire à leur routine, au moins occasionnellement

+7pts
vs 2023

Cette tendance témoigne d'une meilleure compréhension des bénéfices du renforcement musculaire pour la pratique de la course à pied. Par ailleurs, on observe une corrélation positive marquée entre le niveau d'expérience du coureur et la fréquence de cette pratique.

ÉQUIPEMENTS ET TECHNOLOGIE

TYPES D'ACCESSOIRES UTILISÉS	17
TOP 5 DES MARQUES DE MONTRES CONNECTÉES	18
DONNÉES QUI INTÉRESSENT LES COUREURS	19
TYPES DE CHAUSSURES ACHETÉES	20
LIEUX D'ACHAT DES CHAUSSURES	22
CRITÈRES DE CHOIX DES CHAUSSURES	23

TYPES D'ACCESSOIRES UTILISÉS

Quel(s) accessoire(s) électronique(s) utilises-tu pour courir ?



Une montre connectée
97%



Des écouteurs/un casque
69%



Un smartphone
49%



Une ceinture cardiofréquence-mètre
20%



Un brassard cardiofréquence-mètre
7%



Un capteur de puissance
2%

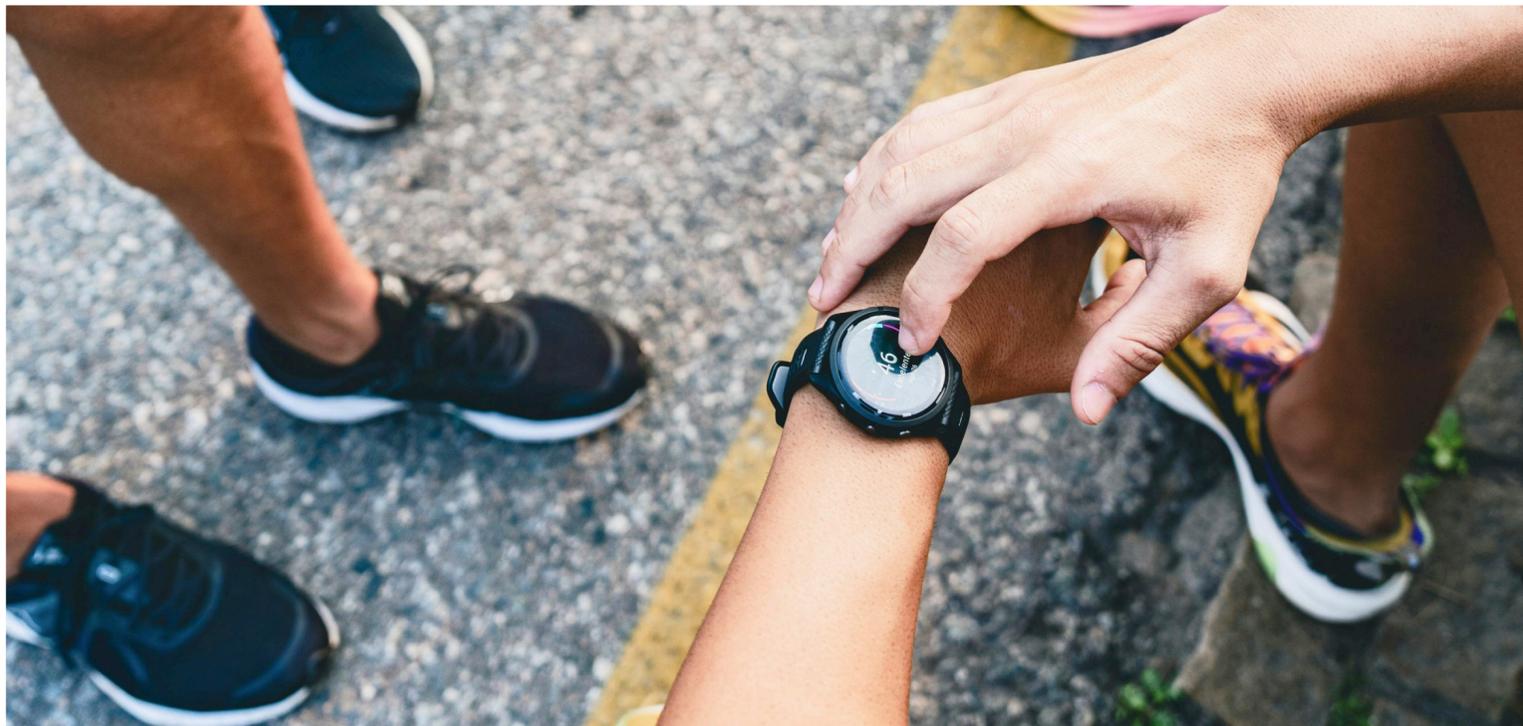


Un bracelet connecté
<1%



Rien de tout ça
<1%

TOP 5 DES MARQUES DE MONTRES CONNECTÉES



Quelle marque de montre utilises-tu ?

	Global	Débutant(e)	Intermédiaire	Confirmé(e)	Expérimenté(e)	Expert(e)
🏆 Garmin	75%	66%	75%	80%	78%	61%
🏆 Coros	8%	8%	8%	8%	10%	27%
🏆 Apple Watch	7%	13%	7%	3%	2%	2%
Suunto	4%	3%	4%	4%	6%	4%
Polar	3%	3%	3%	3%	3%	6%
Autre	3%	7%	3%	1%	1%	0%

DONNÉES QUI INTÉRESSENT LES COUREURS

Quelles données liées à tes séances regardes-tu ?

Classe-les par ordre d'importance

- 1 L'allure/la vitesse
- 2 Le kilométrage
- 3 La durée
- 4 La fréquence cardiaque
- 5 Le dénivelé
- 6 La cadence de pas
- 7 Les statistiques de forme
- 8 La charge d'entraînement
- 9 Les calories brûlées

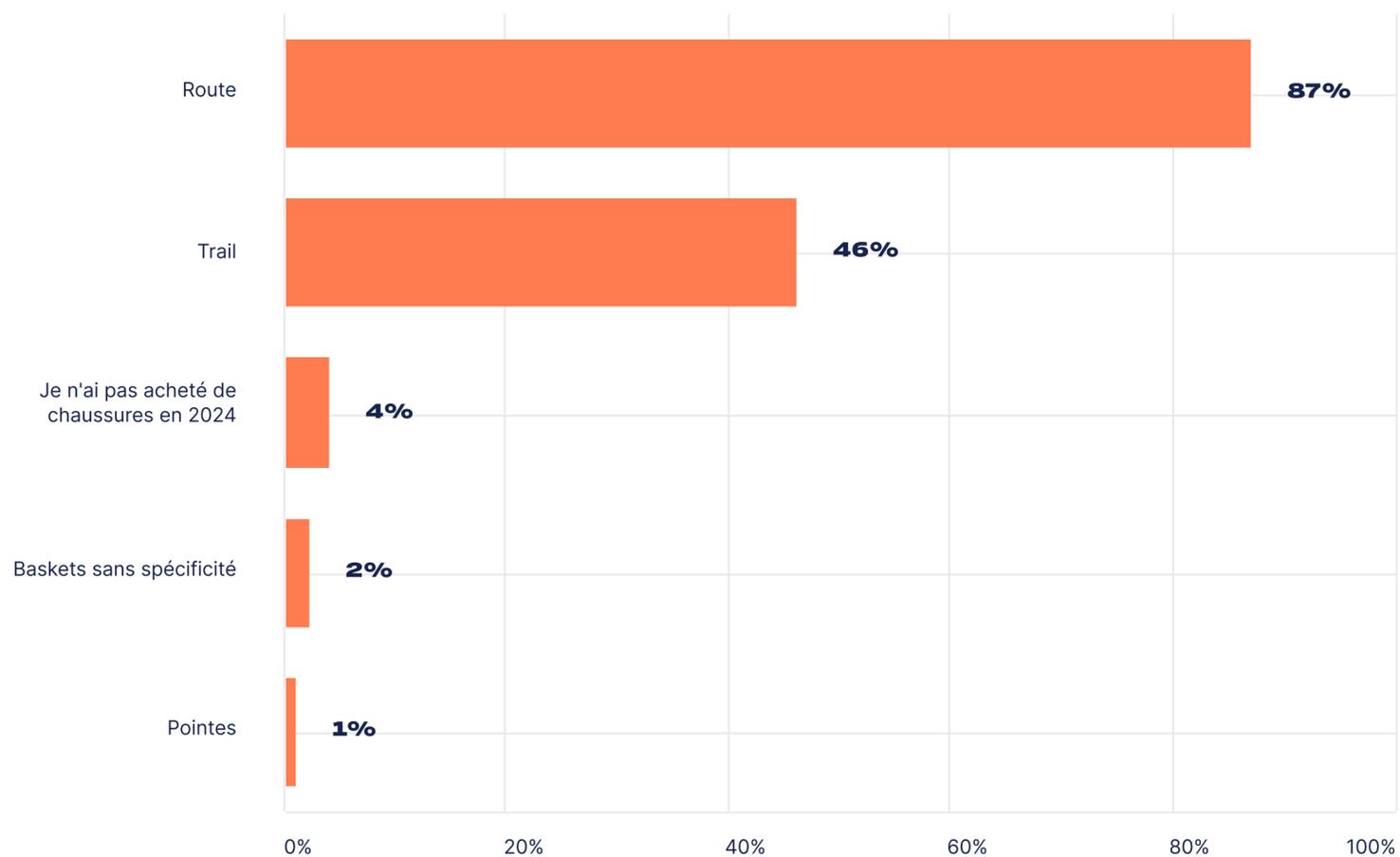
L'allure/la vitesse reste le principal indicateur utilisé par les coureurs pour s'entraîner, tandis que la fréquence cardiaque ne semble pas être une priorité pour la majorité d'entre eux.

De même, les statistiques avancées proposées par les montres, telles que les mesures de forme et de charge d'entraînement – souvent complexes à interpréter –, sont peu exploitées par les coureurs.



TYPES DE CHAUSSURES ACHETÉES

Quel(s) type(s) de chaussures de running as-tu acheté(s) en 2024 ?



La popularité grandissante du trail ces dernières années se reflète clairement dans cette statistique : plus de 46% des coureurs s'orientent au moins partiellement vers cette discipline, en alternance avec la route. Cela représente une progression de 4 points par rapport à l'année dernière.

On note également la forte hausse du prix payé par les coureurs pour la dernière paire de chaussure achetée.

Prix moyen de la dernière paire de chaussures achetée

143€

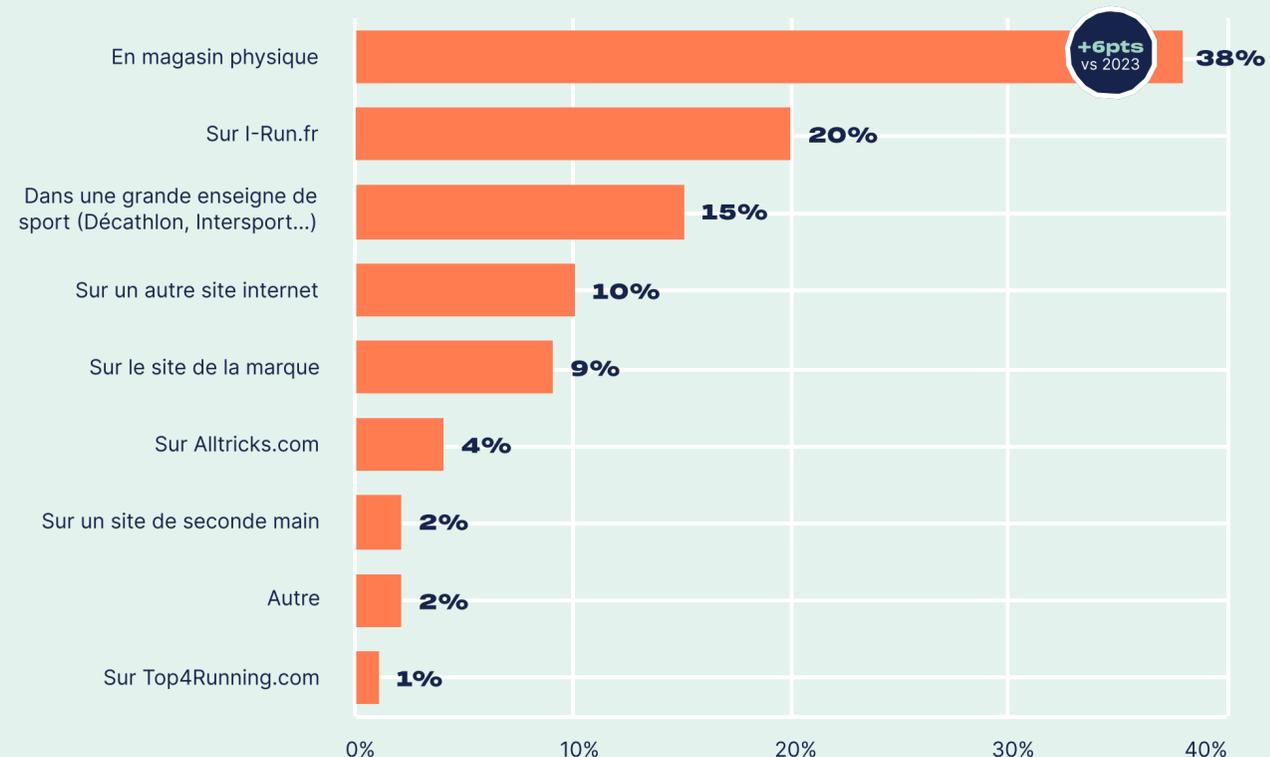
+14€
vs 2023

The image shows the exterior of an i-run store. The store has a dark blue facade with the i-run logo in yellow and white. A large white text overlay is centered on the image, reading: "LE MAGASIN PHYSIQUE RESTE LE LIEU D'ACHAT PRIVILEGIE POUR 38% DES COUREURS". The store's windows display various running shoes and equipment. A sign with the i-run logo and ".fr" is visible in the top right corner. The building is made of light-colored stone or concrete blocks.

**LE MAGASIN
PHYSIQUE RESTE
LE LIEU D'ACHAT
PRIVILEGIE POUR
38% DES COUREURS**

LIEUX D'ACHAT DES CHAUSSURES

Où as-tu acheté cette dernière paire ?



Le magasin physique reste le lieu d'achat privilégié pour 38% des coureurs, avec une nette progression par rapport à l'an dernier. Cela suggère que le conseil des vendeurs en magasin est particulièrement apprécié par les coureurs.

I-Run, site de référence en matière d'équipement, se distingue en occupant la deuxième place, devant les grandes enseignes généralistes du sport.

Top 10 des marques de chaussures

	Global	Débutant(e)	Intermédiaire	Confirmé(e)	Expérimenté(e)	Expert(e)
Asics	+2pts vs 2023 20%	21%	22%	18%	14%	17%
Hoka	= vs 2023 14%	12%	14%	15%	13%	10%
Saucony	-2pts vs 2023 12%	9%	12%	15%	14%	8%
Brooks	11%	12%	12%	11%	9%	4%
Nike	-4pts vs 2023 8%	10%	8%	8%	11%	19%
Salomon	6%	4%	6%	6%	8%	13%
Kiprun	5%	7%	4%	5%	3%	8%
New Balance	5%	6%	5%	5%	4%	0%
Autre	5%	8%	4%	4%	4%	2%
Adidas	4%	4%	4%	5%	8%	17%
Mizuno	4%	4%	4%	4%	3%	2%
On Running	4%	3%	4%	4%	5%	0%
Altra	2%	2%	2%	2%	3%	0%

La marque Asics jouit d'une très forte popularité, s'imposant comme la plus achetée en 2024 dans presque toutes les catégories de coureurs.

À l'inverse, certaines marques affichent des positionnements plus segmentés. C'est le cas de Brooks, relativement prisée par les coureurs de niveau débutant à confirmé, mais quasi absente chez les experts. Nike a un positionnement opposé : largement adoptée par les coureurs experts, elle est en revanche peu répandue chez les débutants.

CRITÈRES DE CHOIX DES CHAUSSURES

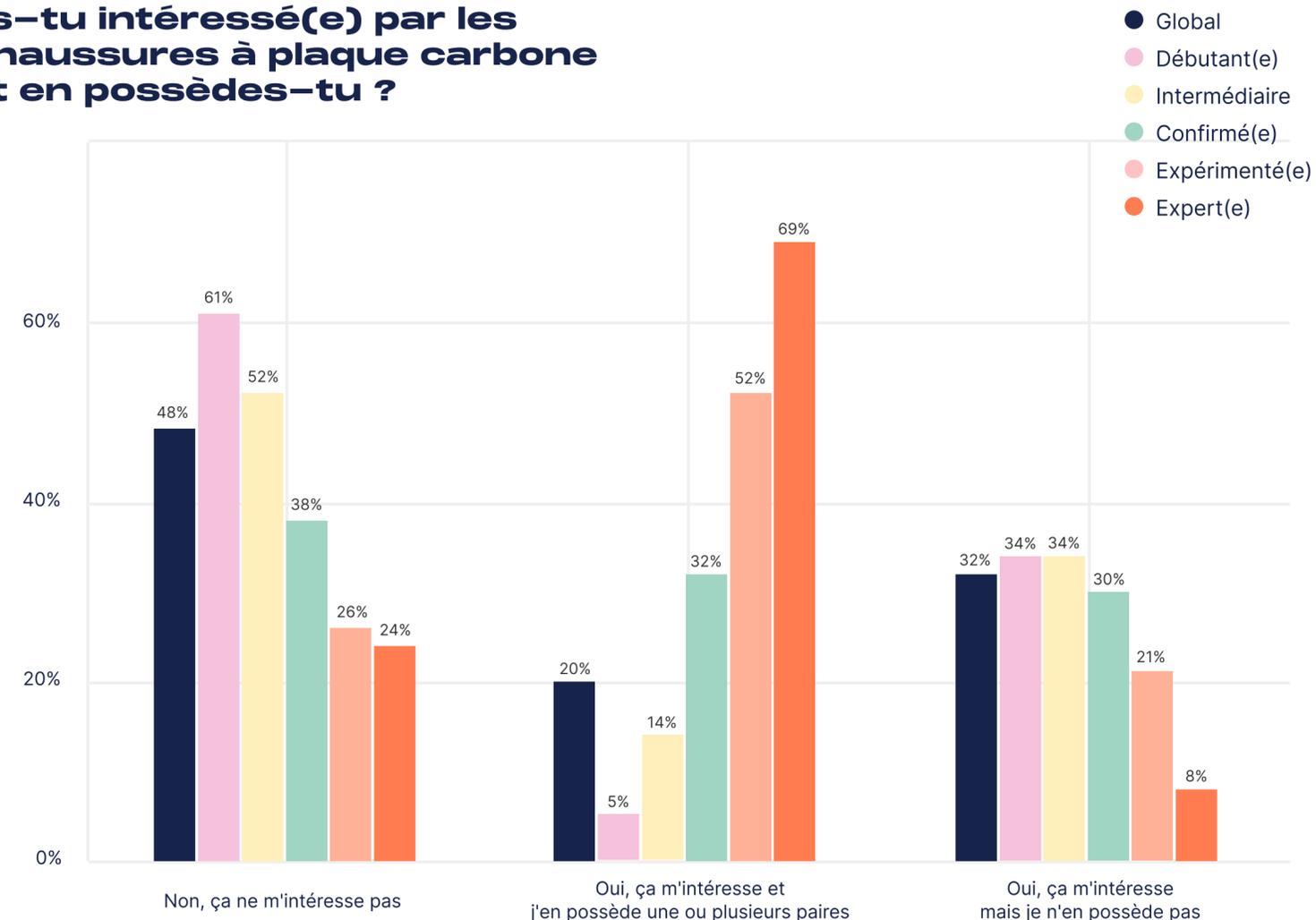
Quel(s) critère(s) regardes-tu lorsque tu achètes une paire de running ?

Classe-les par ordre d'importance

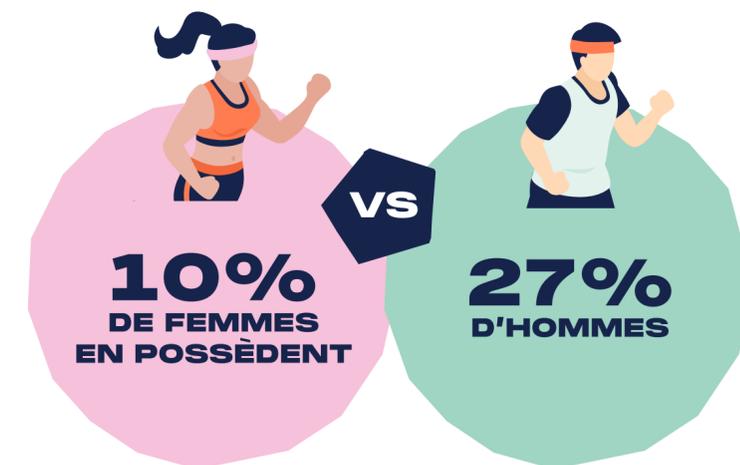
- 1 Le confort
- 2 L'amorti
- 3 Le prix
- 4 Le maintien du pied
- 5 Le dynamisme
- 6 La marque
- 7 Le poids
- 8 Le design/l'esthétisme
- 9 La résistance dans le temps
- 10 Les composants
- 11 L'aspect minimaliste



Es-tu intéressé(e) par les chaussures à plaque carbone et en possèdes-tu ?



Les chaussures à plaque carbone sont principalement adoptées par les coureurs expérimentés et experts en quête de performance. Leur public reste aujourd'hui majoritairement masculin, avec près de trois fois plus d'hommes que de femmes possédant ce type de chaussures.



ÉCOLOGIE ET COURSE À PIED

SENSIBILITÉ À L'ÉCOLOGIE

25

L'ÉCOLOGIE DANS LES ACHATS RUNNING

26

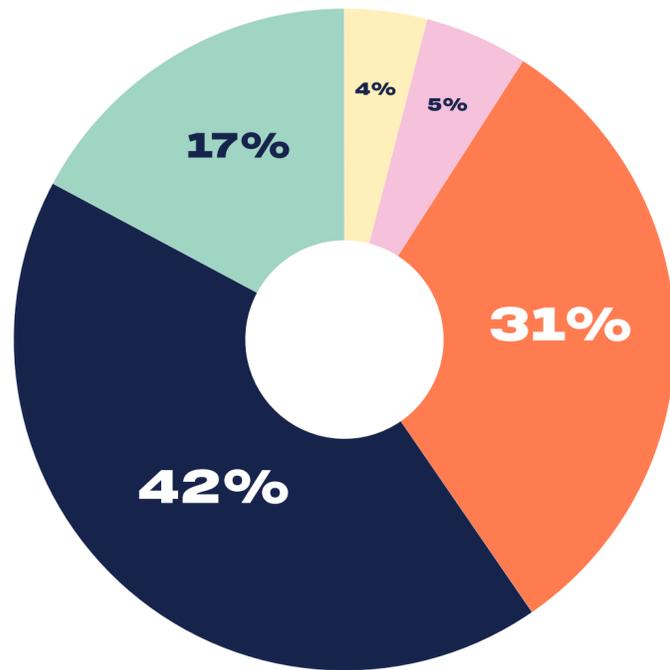
RECONNAISSANCE DE L'ENGAGEMENT DES MARQUES

27

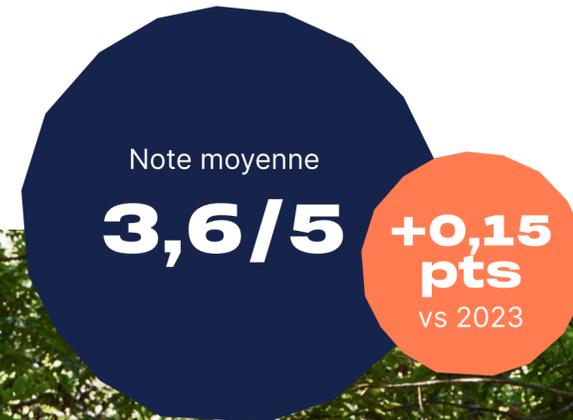
SENSIBILITÉ À L'ÉCOLOGIE

Sur une échelle de 1 à 5, à quel point es-tu sensible à la cause écologique ?

- 1 - Je m'en fiche
- 2
- 3 - Neutre
- 4
- 5 - Je suis engagé(e)

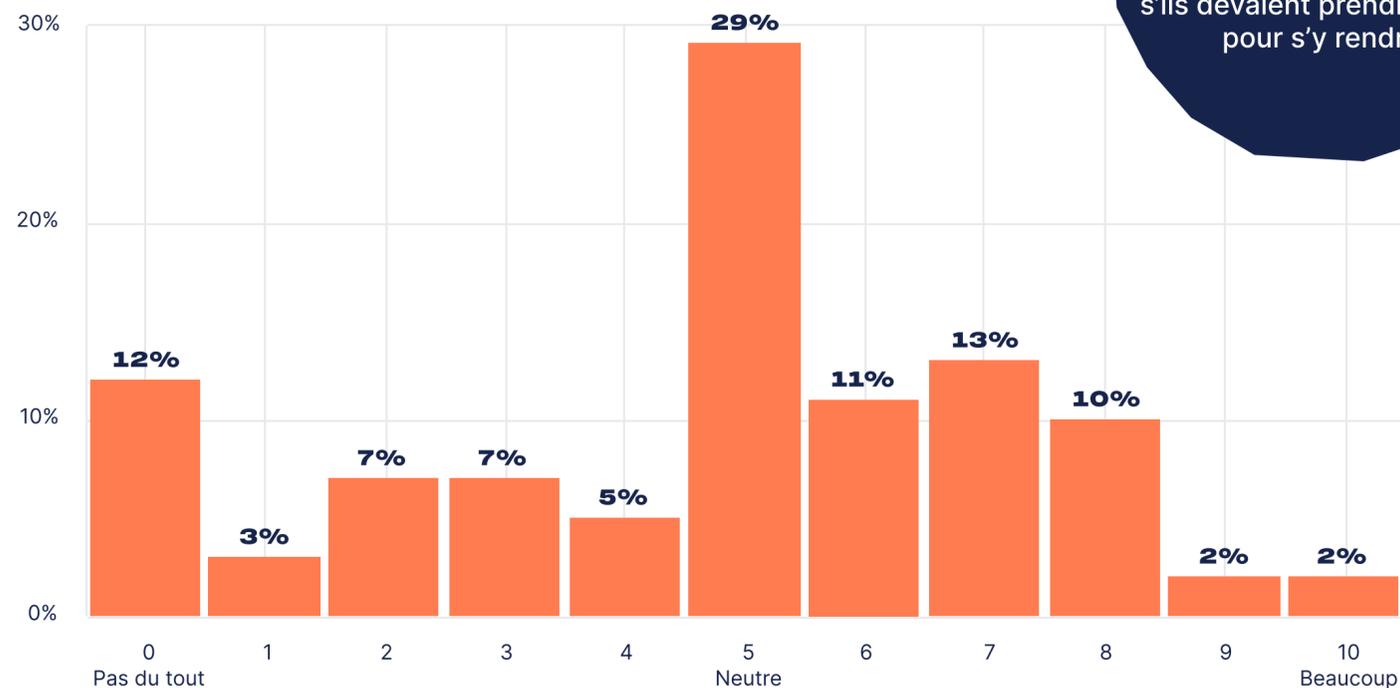


La cause écologique est un point d'intérêt pour une grande majorité des coureurs puisque quasiment 60% d'entre eux évaluent à au moins 4 sur 5 leur degré de sensibilité. La note moyenne a légèrement augmenté depuis 2023.



L'ÉCOLOGIE DANS LES ACHATS RUNNING

À quel point prends-tu en compte des considérations écologiques lorsque tu achètes un vêtement/accessoire/chaussures de running ?



50%
des coureurs renonceraient à participer à une course s'ils devaient prendre l'avion pour s'y rendre.

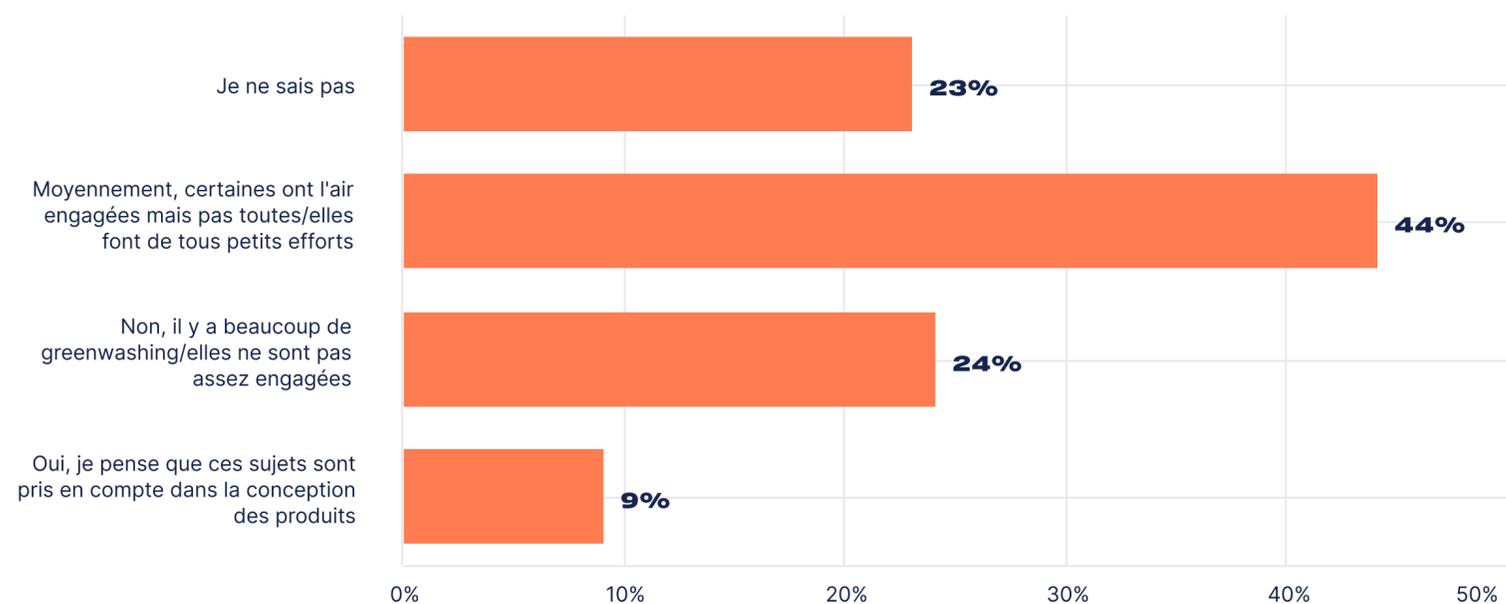
68% des coureurs accordent une importance plus élevée à leur sensibilité écologique qu'à la prise en compte de cet aspect dans leurs achats de matériel running. Cela suggère que le running n'est pas le secteur prioritaire où ils adaptent leur consommation aux enjeux environnementaux.

Cette tendance pourrait s'expliquer par un manque d'options véritablement écologiques sur le marché, limitant ainsi leur capacité à faire des choix plus responsables au moment de l'achat.



RECONNAISSANCE DE L'ENGAGEMENT DES MARQUES

En règle générale, trouves-tu que les marques du running s'engagent pour limiter leur impact sur l'environnement ?



Plus de la moitié des coureurs reconnaissent les efforts des marques pour s'engager et proposer des produits plus responsables sur le plan écologique. En revanche, l'autre partie des répondants reste sceptique : certains ne sont pas convaincus, tandis que d'autres estiment que ces initiatives relèvent avant tout d'une stratégie marketing.



SOCIAL ET COMMUNAUTAIRE

DEGRÉ D'INSÉCURITÉ	30
MÉSAVENTURES DANS LA PRATIQUE	31
PRATIQUE EN GROUPE OU SOLO	32
LES MOTIVATIONS	33

30

31

32

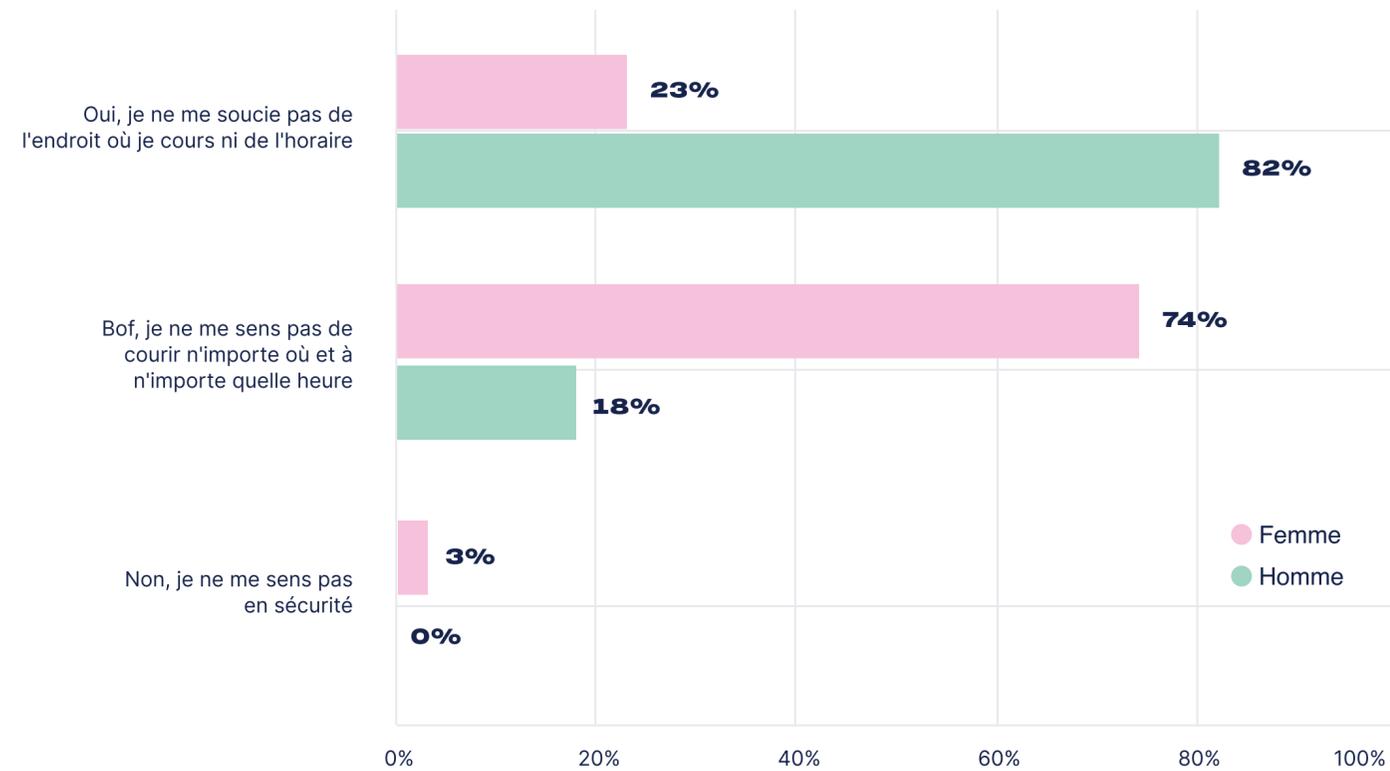
33

A blurred background image showing several runners in motion on a track. The focus is on the text overlaid on the image.

**L'INSÉCURITÉ
EMPÊCHE TROIS
FEMMES SUR
QUATRE DE COURIR
EN TOUTE LIBERTÉ**

DEGRÉ D'INSÉCURITÉ

En règle générale, te sens-tu en sécurité lorsque tu cours ?



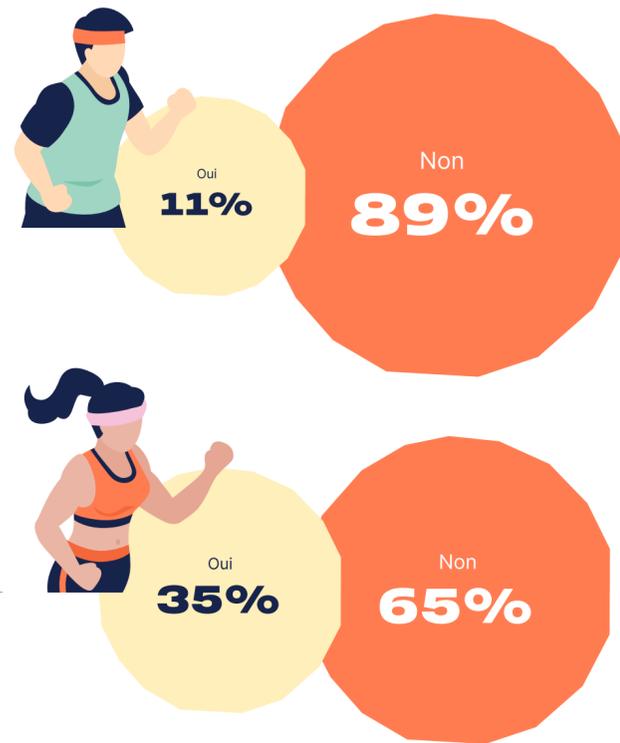
Une statistique préoccupante : l'insécurité empêche trois femmes sur quatre de courir en toute liberté. Elles adaptent leurs entraînements en choisissant des horaires et des lieux où elles se sentent en sécurité, une contrainte bien moins marquée chez les hommes. En effet, 82% d'entre eux courent sans se soucier de l'endroit ou du moment de la journée.



MÉSAAVENTURES DANS LA PRATIQUE

As-tu déjà été gêné(e) par une réflexion / un commentaire / un comportement de la part d'un(e) inconnu(e) pendant ta pratique ?

Exemple : des conseils non-sollicités sur ta pratique, un commentaire déplacé sur ta tenue ou sur ta foulée, etc.



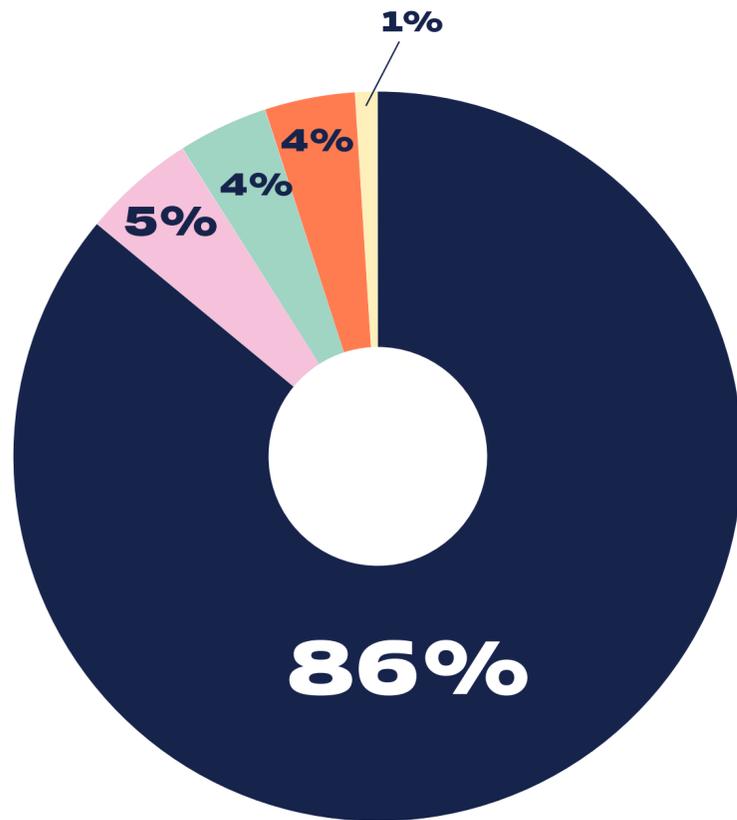
À nouveau, on constate que par rapport aux hommes, 3 fois plus de femmes ont déjà été gênées par une réflexion ou un commentaire déplacé durant leur pratique.



PRATIQUE EN GROUPE OU SOLO

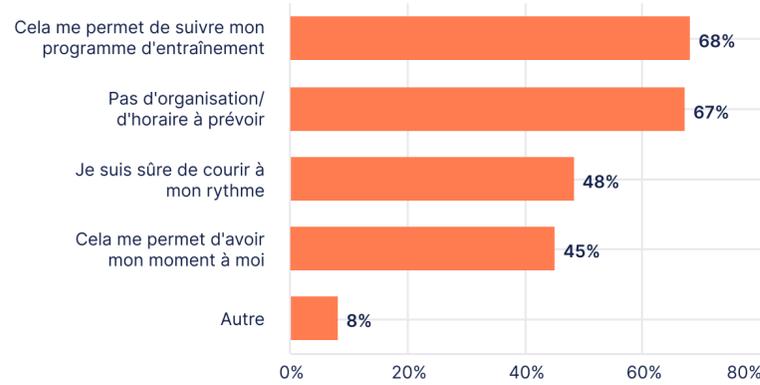
En règle générale, avec qui cours-tu ?

- Je cours seul(e)
- Je cours avec mon(ma) conjoint(e)
- Je cours avec un groupe de course (club, groupe informel...)
- Je cours avec un(e) ou plusieurs ami(e)s
- Je cours avec un membre de ma famille (enfants, frère/soeur...)



LES MOTIVATIONS

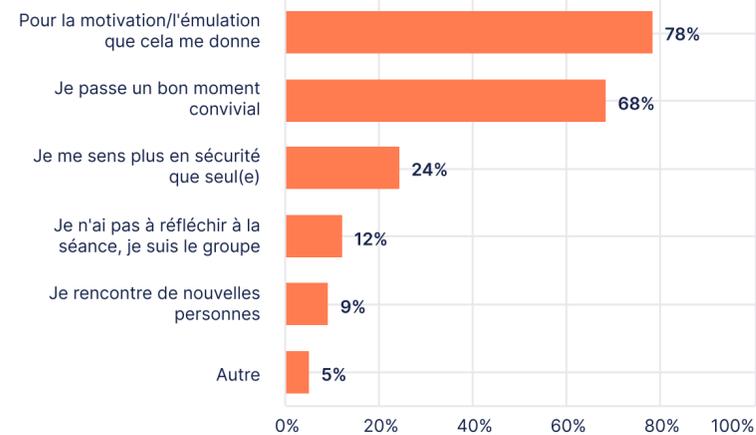
Pour quelle(s) raison(s) cours-tu seul(e) la plupart du temps ?



Méthodologie : Le nombre de réponses possibles n'a pas été limité.

Cette question a été posée aux personnes ayant répondu "Je cours seul(e)" à la question "En règle générale, avec qui cours-tu ?"

Pour quelle(s) raison(s) cours-tu accompagné(e) la plupart du temps ?



L'écrasante majorité des coureurs s'entraînent généralement seuls, principalement pour des raisons de simplicité d'organisation, mais aussi afin de suivre leur plan d'entraînement personnalisé. Toutefois, 14% des coureurs privilégient la dimension sociale de ce sport en courant majoritairement à plusieurs, un chiffre en légère baisse par rapport à l'an dernier (-3pts).

Méthodologie : Le nombre de réponses possibles n'a pas été limité.

Cette question n'a pas été posée aux personnes ayant répondu "Je cours seul(e)" à la question "En règle générale, avec qui cours-tu ?"



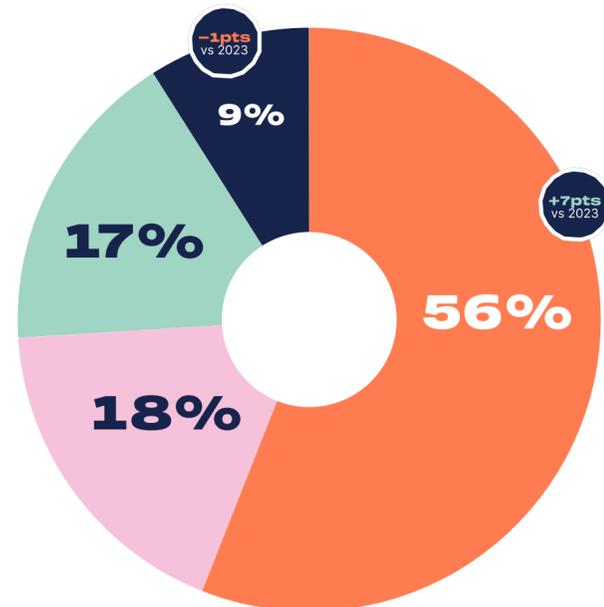
LES COURSES

PROGRESSION DES COURSES EN 2024	35
INTENTIONS DE PARTICIPATIONS EN 2025	36
TYPES DE COURSES POUR 2025	38
SATISFACTION DE L'OFFRE DE COURSES	39
CARACTÉRISTIQUES À DÉVELOPPER SUR LES COURSES	40

PROGRESSION DES COURSES EN 2024

En 2024, as-tu participé à plus ou moins de courses par rapport à 2023 ?

- J'ai participé à plus de courses en 2024 qu'en 2023
- J'ai participé à autant de courses en 2024 qu'en 2023
- Je n'ai pas participé à des courses en 2024
- J'ai participé à moins de courses en 2024 qu'en 2023



La course à pied poursuit sa belle dynamique ! En 2024, 56% des coureurs ont accroché plus de dossards qu'en 2023. Par rapport à l'an dernier, la tendance est claire : davantage de coureurs augmentent leur participation aux courses, tandis qu'ils sont moins nombreux à la réduire.



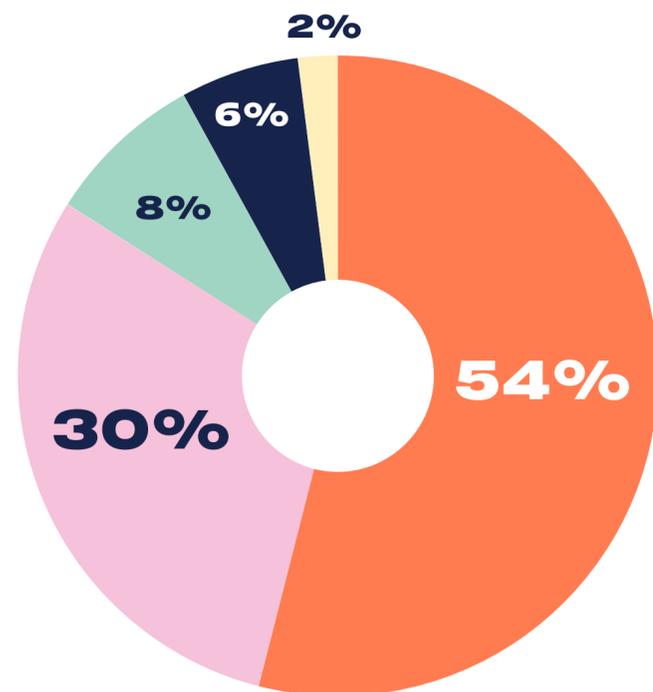
INTENTIONS DE PARTICIPATIONS EN 2025

En 2025, tu comptes participer à...

Disciplines de course à pied seulement : route, trail, cross, athlétisme, cani-cross... Hors triathlon, duathlon, cyclisme...

- Plus de courses qu'en 2024
- Autant de courses qu'en 2024
- Je ne sais pas encore
- Moins de courses qu'en 2024
- Je ne participerai pas à des courses

L'engouement pour les courses ne faiblit pas : plus de la moitié des coureurs souhaitent augmenter leur nombre de dossards cette année ! À l'inverse, seule une petite minorité (6%) envisage de réduire sa participation aux événements.

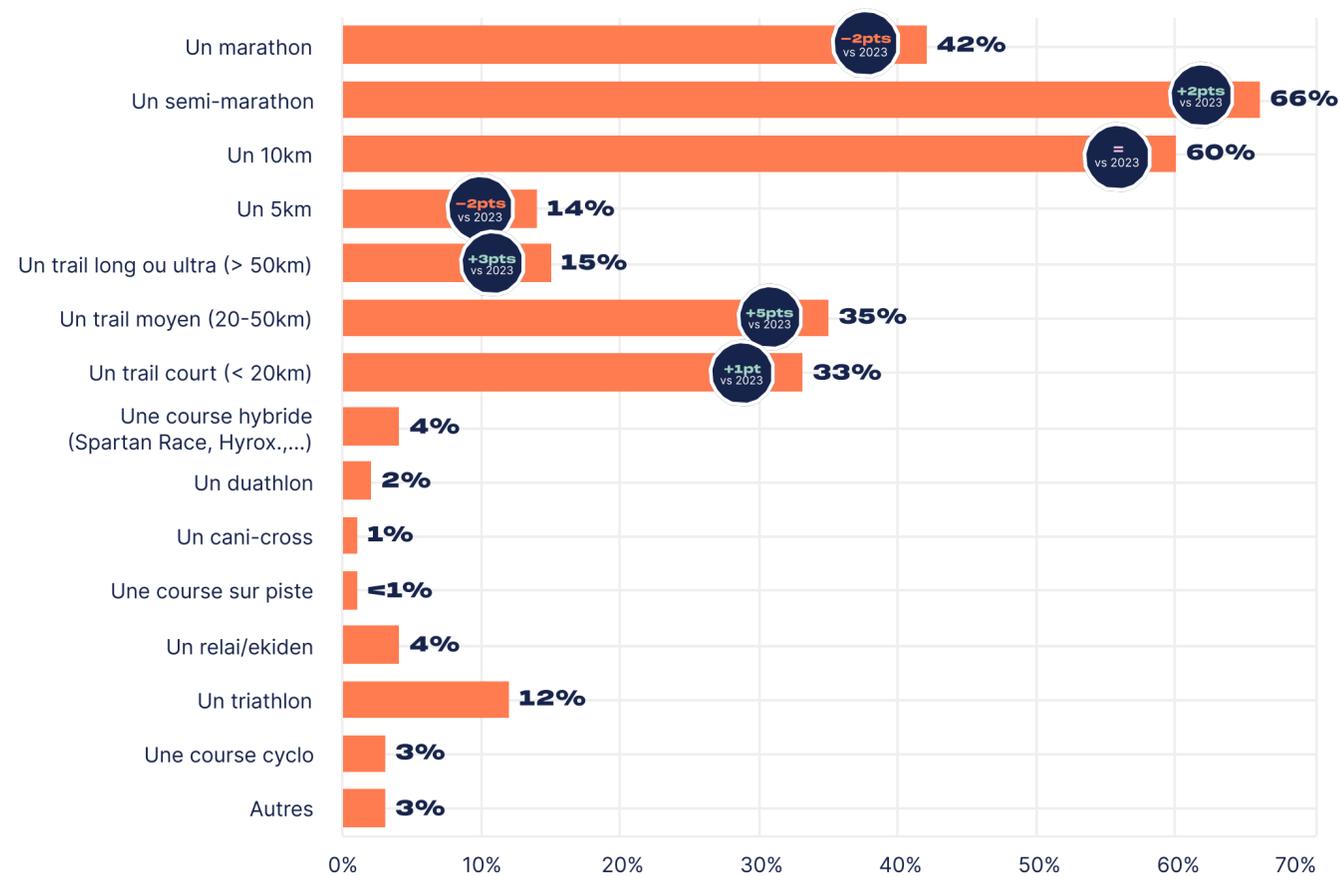




**66% DES COUREURS
PRÉVOIENT DE
COURIR UN
SEMI-MARATHON
EN 2025**

TYPES DE COURSES POUR 2025

A QUEL(S) TYPE(S) DE COURSE(S) COMPTES-TU PARTICIPER EN 2025 ?

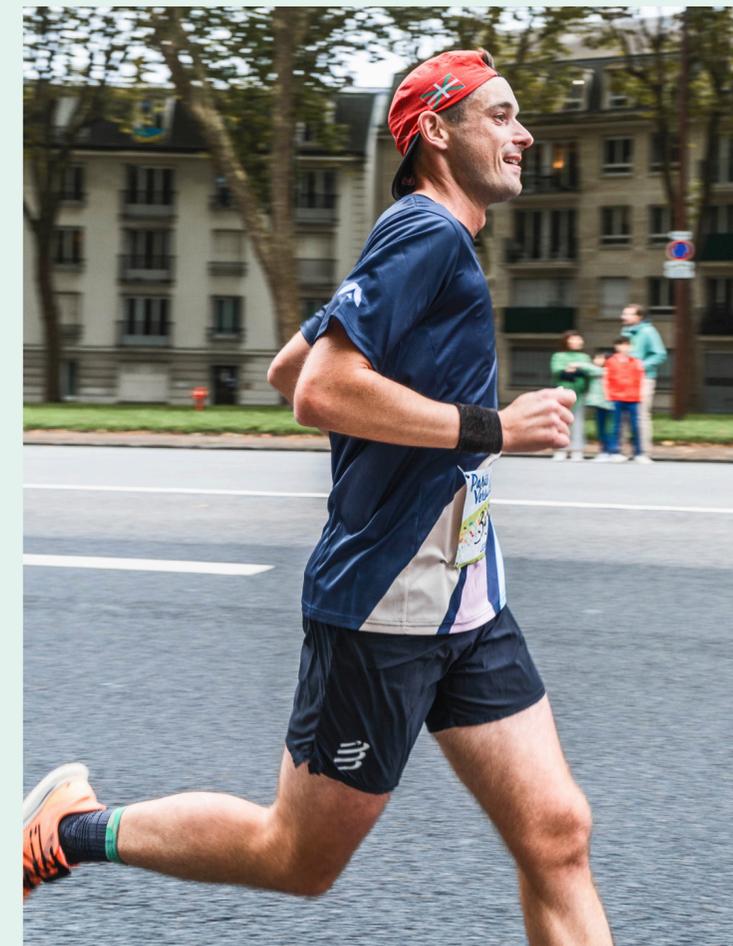


Méthodologie : Cette question n'a pas été posée aux personnes ayant répondu "Je ne participerai pas à des courses" à la question "En 2025, tu comptes participer à..."

Le semi-marathon reste le format le plus plébiscité : il représente un véritable défi tout en restant accessible, l'entraînement nécessaire n'étant ni décourageant ni redouté.

Le marathon, bien que légèrement moins visé que l'an dernier, demeure très populaire : près d'un coureur sur deux ambitionne d'en courir un, malgré sa difficulté.

Le trail, avec ses différents formats, occupe une place croissante dans l'agenda des coureurs. Toutefois, il convient de noter que l'évolution récente des programmes trail de Campus a attiré une nouvelle cible de traileurs, ce qui pourrait introduire un biais dans la comparaison avec l'enquête de 2024.



QUELS SONT LES CRITÈRES LES PLUS IMPORTANTS POUR TOI LORSQUE TU T'INSCRIS À UNE COURSE ?

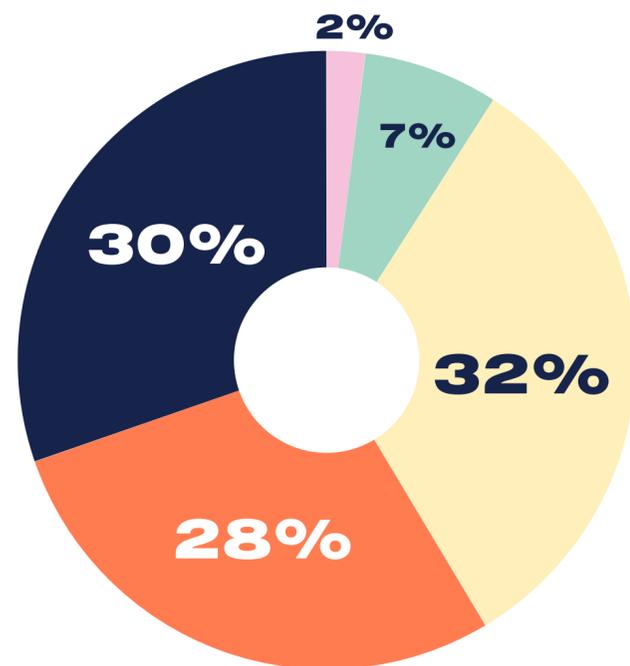
Classe-les par ordre d'importance

- 1 Le profil de la course (distance, dénivelé, type de terrain...)
- 2 La date
- 3 La ville/le parcours/le paysage
- 4 La proximité avec ton domicile
- 5 Le prix de l'inscription
- 6 L'horaire de départ
- 7 Le package offert (t-shirt, médaille, dossard...)
- 8 L'organisateur/l'organisation
- 9 La météo prévue
- 10 La qualité des ravitaillements
- 11 Les marques sponsors

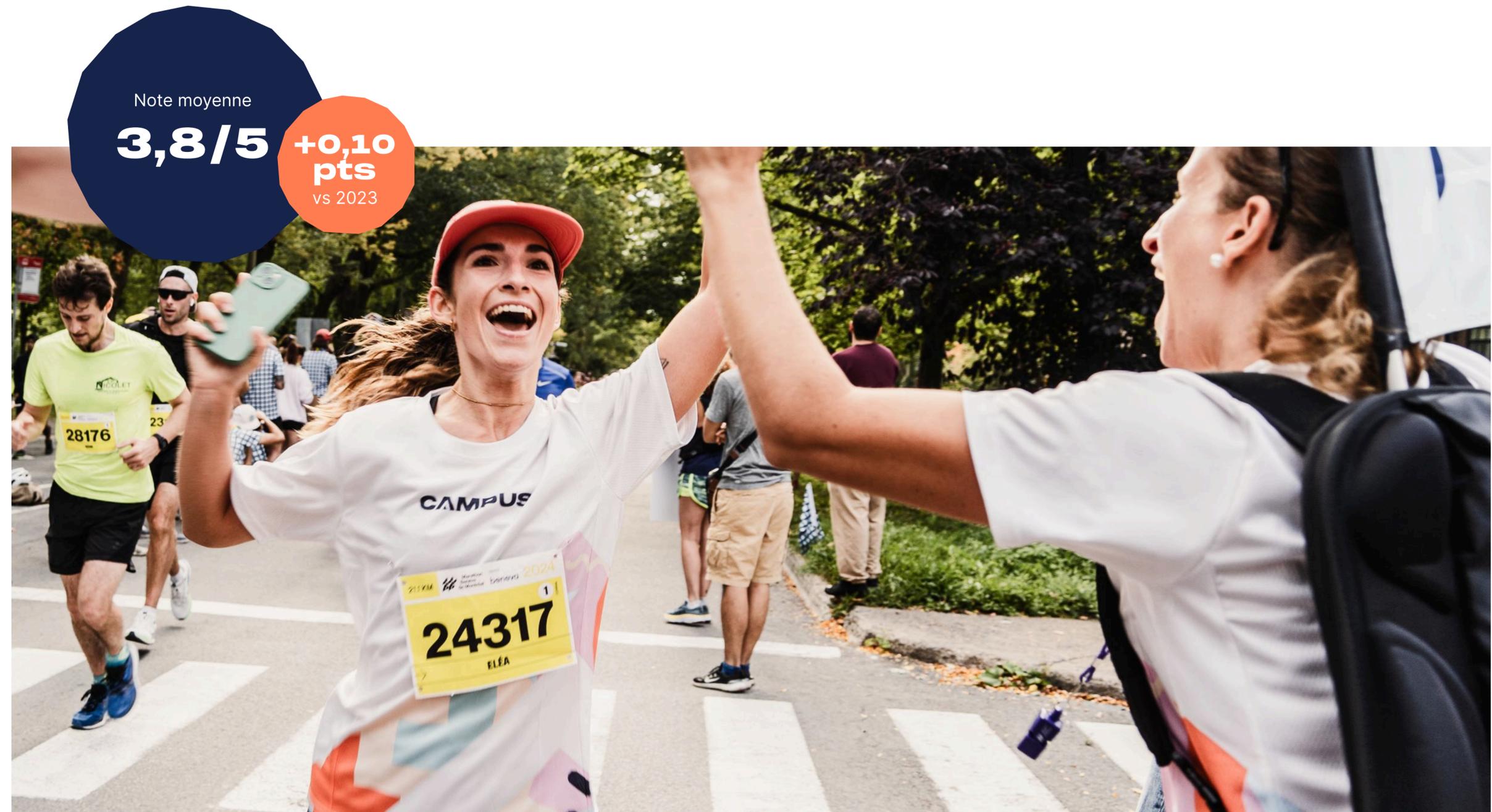
SATISFACTION DE L'OFFRE DE COURSES

Trouves-tu que l'offre de courses sur route ou de trail en France est suffisante ?

- 1 - Pas du tout
- 2
- 3 - Neutre
- 4
- 5 - Complètement



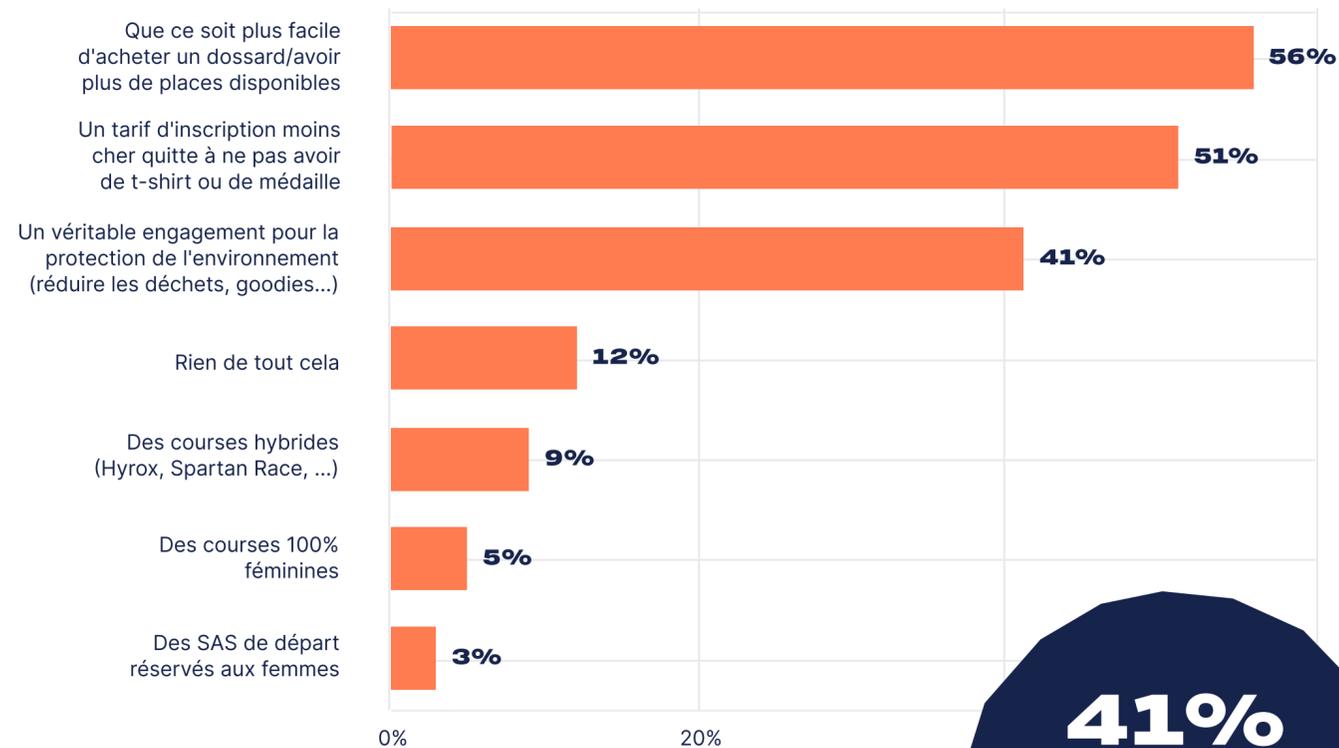
Les coureurs semblent globalement satisfaits de l'offre de courses en France, bien que 32% d'entre eux restent neutres sur la question. Dans l'ensemble, la note de satisfaction a légèrement progressé.



Note moyenne
3,8/5 +0,10 pts vs 2023

CARACTÉRISTIQUES À DÉVELOPPER

Quelle(s) caractéristique(s) aimerais-tu avoir sur plus de courses ?



41%
des coureurs expriment le souhait d'un engagement plus fort en faveur de la protection de l'environnement

Deux besoins majeurs émergent chez plus de la moitié des coureurs : un accès plus facile aux dossards et des tarifs plus abordables. La forte demande face à une offre limitée rend certaines courses difficilement accessibles, un phénomène accentué par l'augmentation constante du nombre de participants. C'est le revers de la médaille d'un engouement grandissant pour la course à pied.

Méthodologie : Le nombre de réponses possibles n'a pas été limité.



INFLUENCE, MÉDIA ET TENDANCES DU MARCHÉ

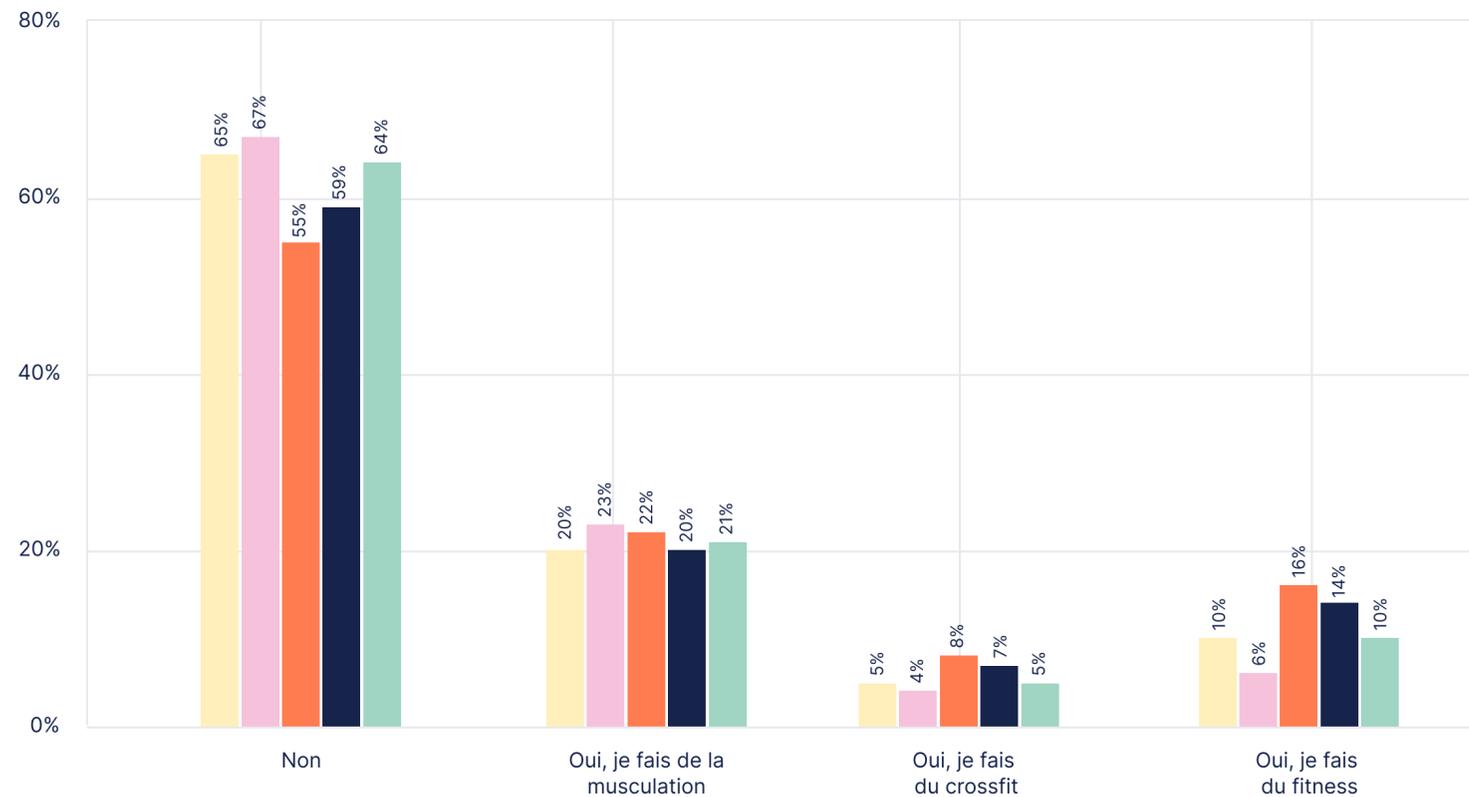
FITNESS, CROSSFIT, MUSCULATION	42
MODES DE CONSOMMATION DE CONTENU	43
LES COMPTES SUIVIS SUR IG	44
LES INFLUENCEURS RUNNING	45
LES MÉDIAS SUIVIS	46
LES PODCASTS DES COUREURS	47
L'IMPACT DU CONTENU SUR LA PERCEPTION DES MARQUES	49

FITNESS, CROSSFIT, MUSCULATION

A côté de la course à pied, pratiques-tu régulièrement l'un de ces sports ?

- Fréquemment (≥ 3 fois/semaine)
- Intensément (≥ 5 fois/semaine)
- Occasionnellement (<1 fois/semaine)
- Régulièrement (≥ 1 fois/semaine)
- Total général

On observe une corrélation négative marquée entre l'intensité de la pratique de la course à pied et la diversification vers d'autres sports. En effet, seuls 33% des coureurs s'entraînant intensément adoptent une pratique hybride, contre 45% des coureurs occasionnels.



MODES DE CONSOMMATION DE CONTENU

Dans le cadre de ta pratique du running, quel(s) type(s) de canaux utilises-tu pour te renseigner ?

	Global	<24 ans	24-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-65 ans	>65 ans
YouTube	-5pts vs 2023 61%	11%	47%	26%	13%	4%	0%
Blog / Site internet	-10pts vs 2023 53%	9%	39%	29%	17%	5%	1%
Instagram	+5pts vs 2023 53%	11%	52%	24%	11%	2%	0%
Podcasts	+4pts vs 2023 51%	9%	48%	28%	12%	3%	0%
Magazines	10%	3%	26%	33%	27%	10%	2%
TikTok	6%	26%	56%	12%	5%	0%	0%
Aucun	6%	7%	37%	29%	18%	9%	1%
Télévision	2%	5%	35%	25%	27%	6%	2%

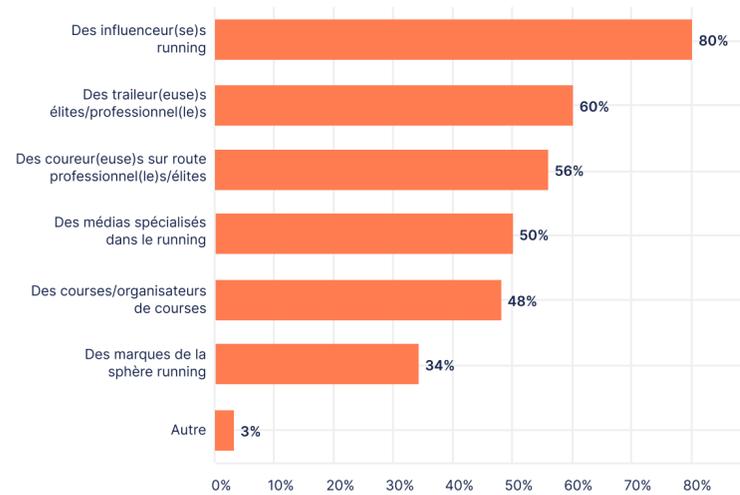
La consommation de contenu running varie selon les groupes d'âge, bien que YouTube, les blogs/sites internet et Instagram restent des plateformes privilégiées à tout âge.

On observe une popularité croissante du podcast par rapport à l'an dernier, avec une audience particulièrement concentrée sur la tranche 24-34 ans. Dans ce même groupe, TikTok connaît une forte progression : 56% l'utilisent désormais pour s'informer sur leur pratique, contre seulement 5% l'an dernier.



LES COMPTES SUIVIS SUR INSTAGRAM

Sur Instagram, quel(s) type(s) de compte(s) suis-tu ?



Les coureurs s'inspirent de sources variées : plus de la moitié suivent au moins un influenceur, un coureur élite (route ou trail), un média spécialisé et une course. Ces différentes sources se complètent en offrant un contenu diversifié, permettant aux coureurs de trouver à la fois des conseils, de l'inspiration, de l'information et de la motivation.

Méthodologie : Le nombre de réponses possibles n'a pas été limité.

Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant répondu "instagram" à la question "Dans le cadre de ta pratique du running, quel(s) type(s) de canaux utilises-tu pour te renseigner ?"



LES INFLUENCEURS RUNNING

🏆	@oceandreaa	651K
🏆	@marinlle	440K
🏆	@annedubndidu	190K
4	@casquetteverte	179K
5	@dorian_louvet	176K
6	@camillecmp	158K
7	@runningaddictfr	130K
8	@mustapha.salmi__	128K
9	@coursptitetomate	120K
10	@depuisjecours	89K
11	@marinoret	84K
12	@fannymesenvies	82K
13	@emmanastasis	60K
14	@suzzyone	50K
15	@mathildedrg	47K

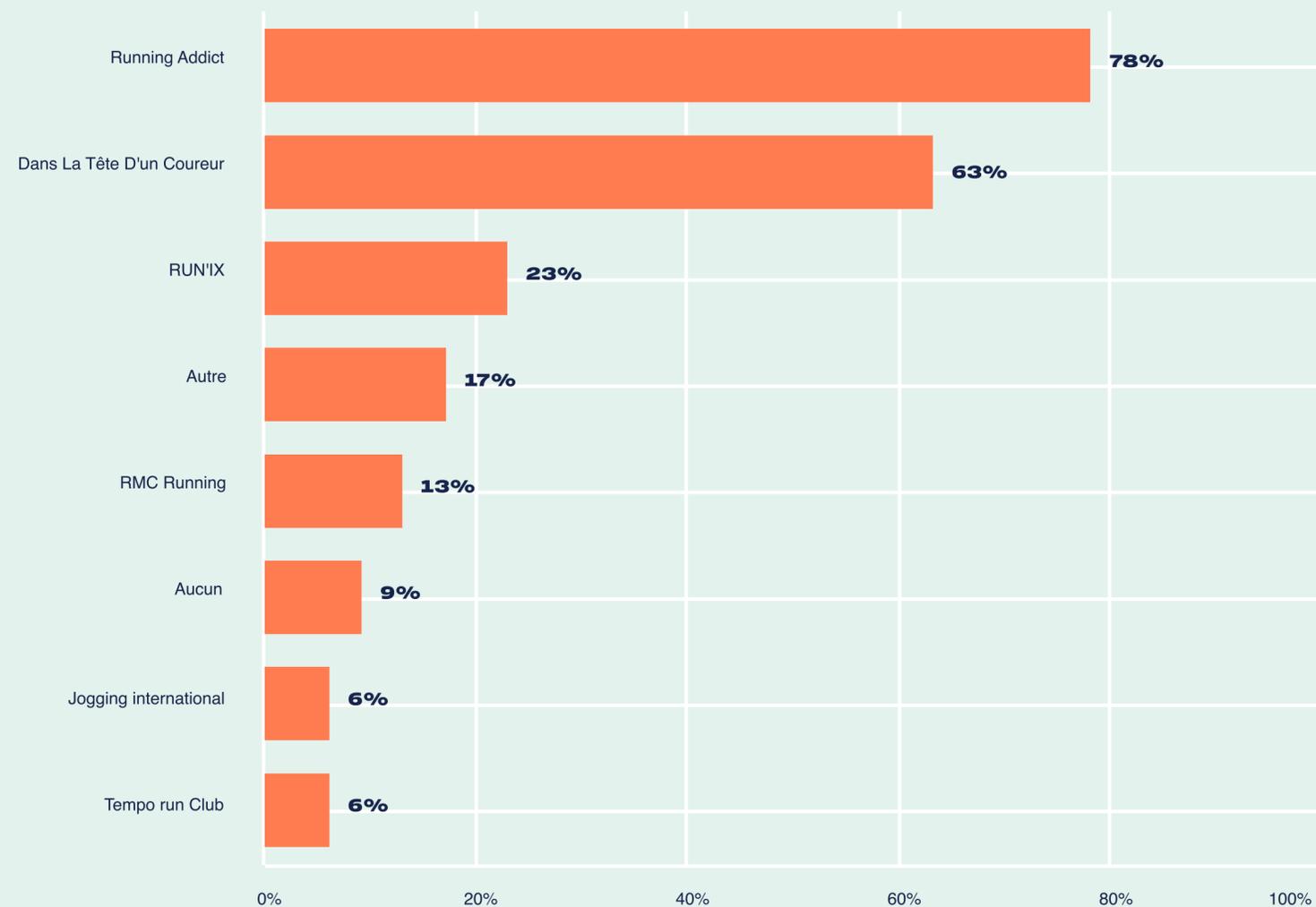
Nombre d'abonnés sur Instagram au 13/03/2025

Méthodologie : Ce classement représente les créateurs de contenu running ayant le plus d'abonnés sur Instagram. Il exclut les athlètes professionnel(le)s.



LES MÉDIAS SUIVIS

Parmi les médias running suivants, lesquels suis-tu ?



Juste derrière Running Addict – dont les chiffres doivent être interprétés avec prudence en raison de la provenance de l'échantillon –, Dans La Tête D'un Coureur se démarque nettement, séduisant 63% des coureurs ! Cela représente une progression de 5 points par rapport à l'année dernière. Cette dynamique positive pourrait s'expliquer par la diversité des contenus et formats proposés, ainsi que la variété des sujets abordés, qui semblent répondre aux attentes du public.

Méthodologie : Le nombre de réponses possibles n'a pas été limité.

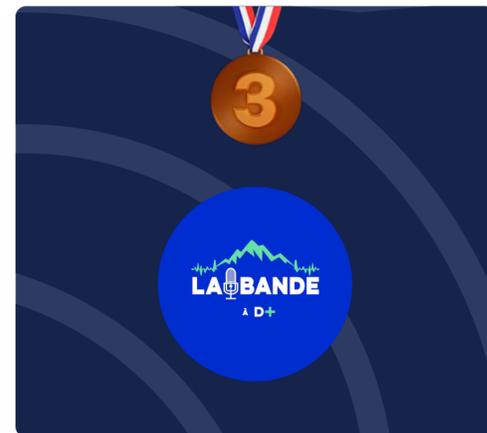
Cette question n'a pas été posée aux personnes ayant répondu "aucun" à la question "Dans le cadre de ta pratique du running, quel(s) type(s) de canal utilises-tu pour te renseigner ?"

**Attention, s'agissant de la base d'utilisateurs Campus, le biais ici est très important et cette statistique n'est pas forcément représentative de la totalité des coureurs.*



LES PODCASTS DES COUREURS

Top 3 des podcasts sur la course à pied en France



Comme l'an dernier, Dans La Tête D'un Coureur confirme sa très forte popularité auprès des coureurs !

Ces trois podcasts, bien qu'ayant des styles différents, illustrent parfaitement **la diversité des attentes des coureurs** en matière de contenu audio :

Dans la Tête d'un Coureur séduit par son ton pédagogique, accessible et sa capacité à mêler expertise et motivation.

Course Épique mise sur le récit et l'émotion, en mettant en avant des histoires de courses inspirantes, ce qui crée un lien fort avec les auditeurs.

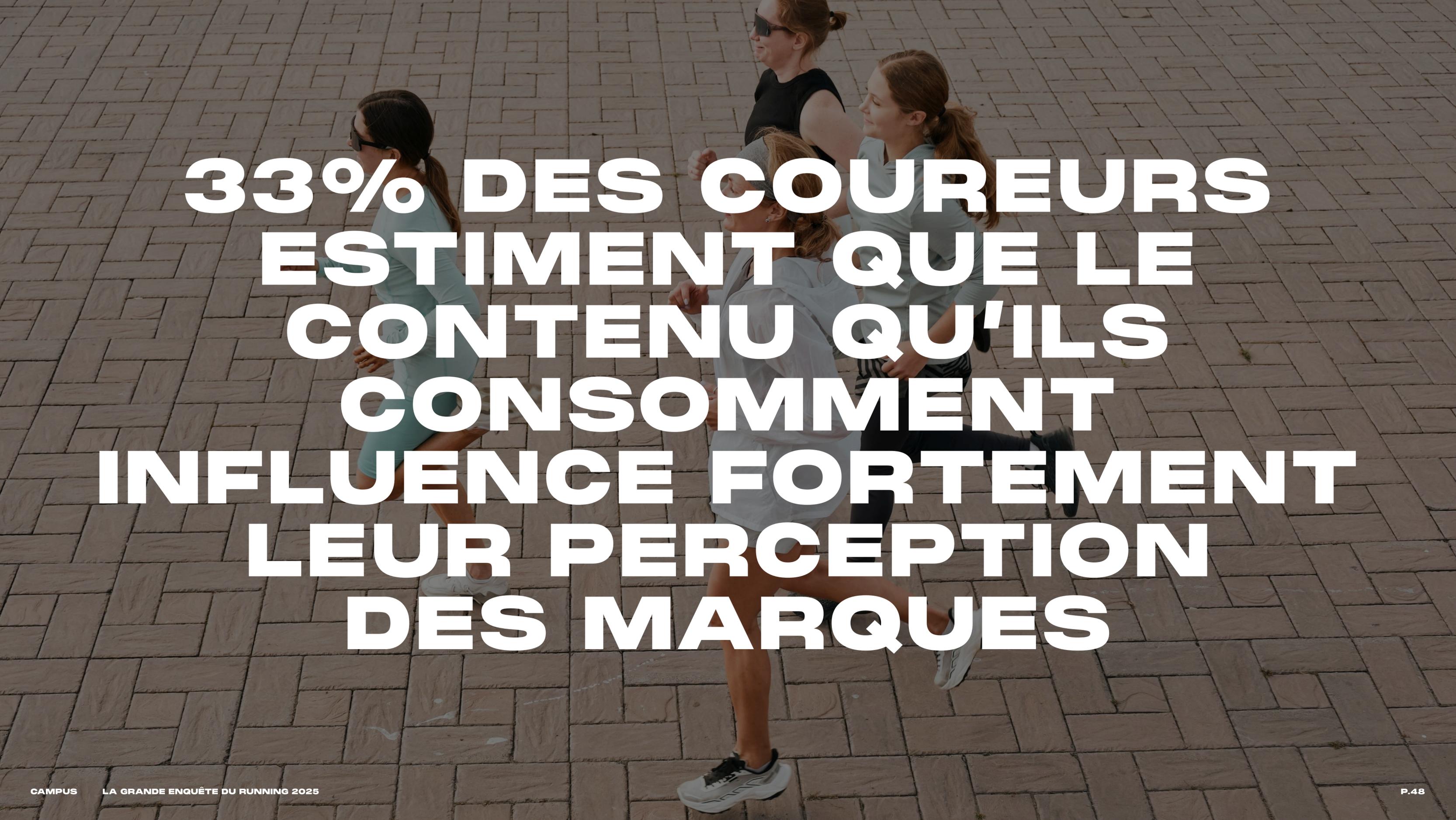
La Bande à D+, plus communautaire et centré trail, plaît aux coureurs en quête de partage, d'évasion et d'esprit collectif.

Le succès de ces formats montre que le podcast est devenu un support privilégié des coureurs, à la fois pour s'informer, se divertir, et se motiver, souvent écouté pendant les entraînements ou les trajets. Cela confirme aussi que les coureurs recherchent des contenus authentiques, incarnés, et en lien direct avec leur passion.

Source :

<https://charts.ausha.co/fr/spotify/fr/running.html>



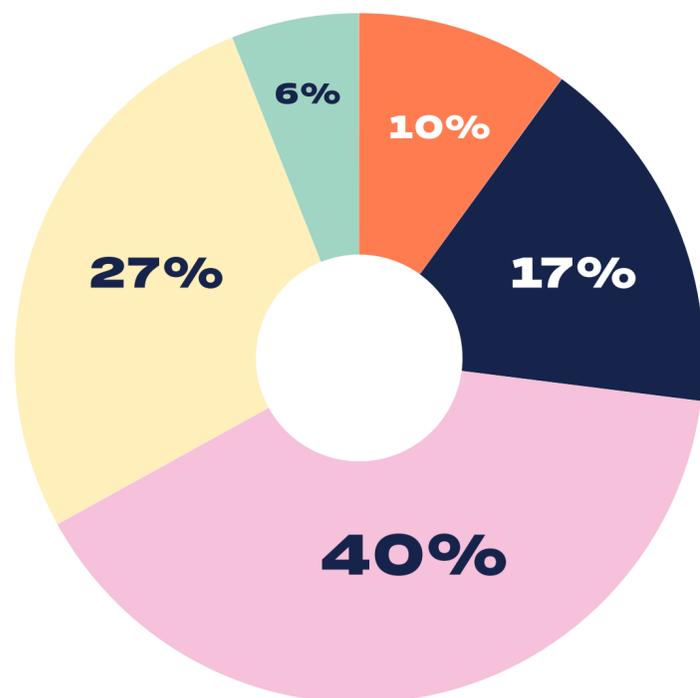


**33% DES COUREURS
ESTIMENT QUE LE
CONTENU QU'ILS
CONSOMMENT
INFLUENCE FORTEMENT
LEUR PERCEPTION
DES MARQUES**

L'IMPACT DU CONTENU SUR LA PERCEPTION DES MARQUES

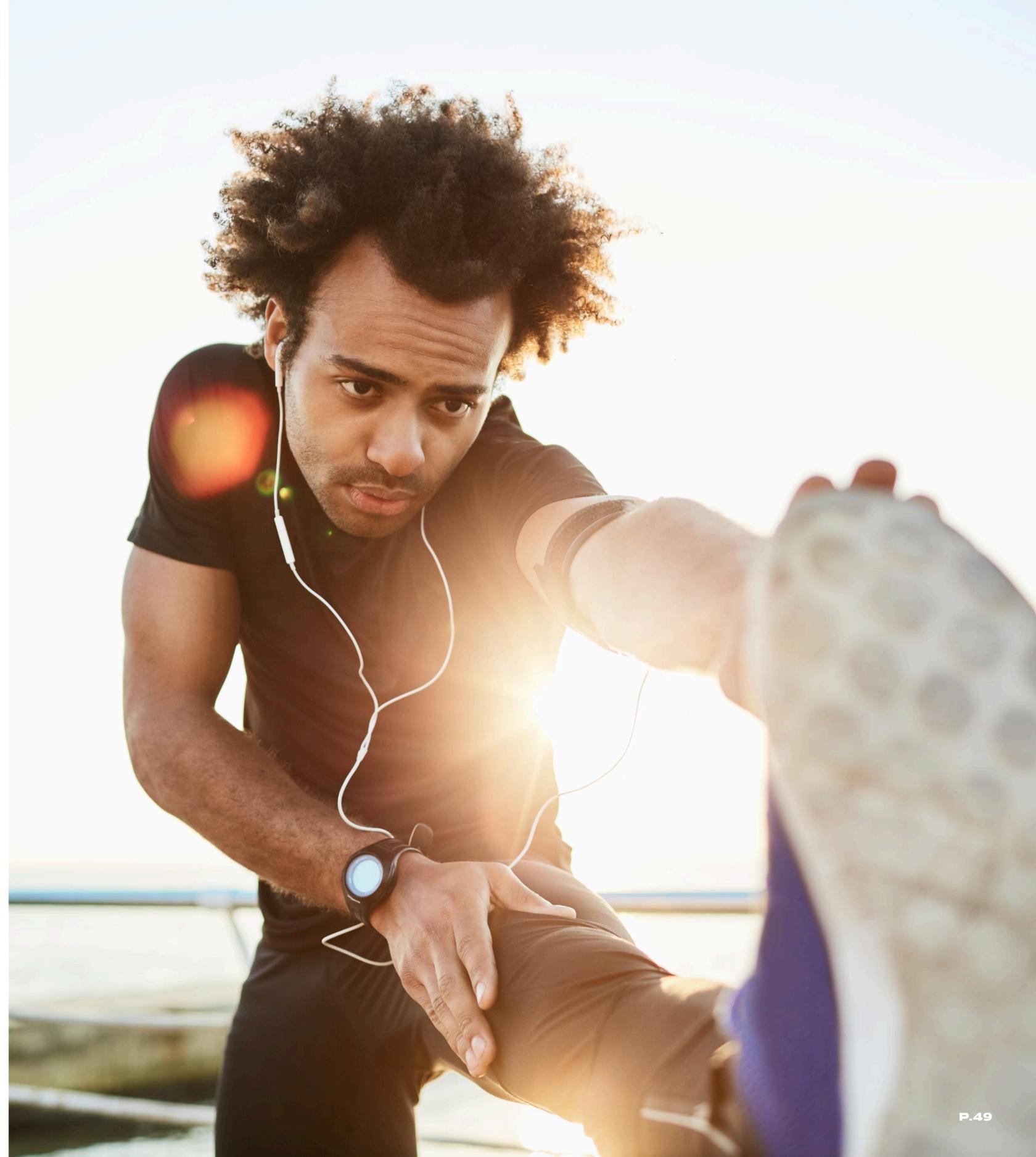
Selon toi, à quel point le contenu que tu consommes influence ta perception des marques running ?

- 1 - Aucun impact
- 2
- 3 - Moyen
- 4
- 5 - Gros impact



Un tiers des coureurs estiment que le contenu qu'ils consomment influence fortement leur perception des marques. Bien que cet impact ne soit pas négligeable, la moyenne de 3/5 suggère qu'il reste globalement modéré. Il est important de noter que cette analyse repose sur la perception déclarée des répondants et non sur l'impact réel, qui ne pourrait être mesuré par une approche purement déclarative.

Méthodologie : Cette question a été posée à toutes les personnes ayant répondu autre chose que "aucun" à la question "Dans le cadre de ta pratique du running, quel type de canal utilises-tu pour te renseigner ?"



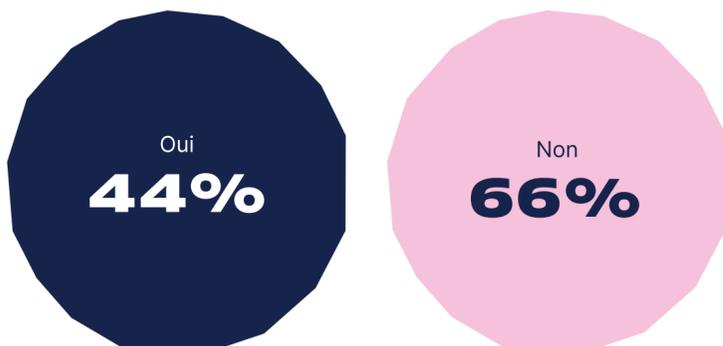
LA COURSE À PIED CHEZ LES FEMMES

5094 femmes ont répondu aux questions de cette section. 50 femmes n'ont pas souhaité y répondre.

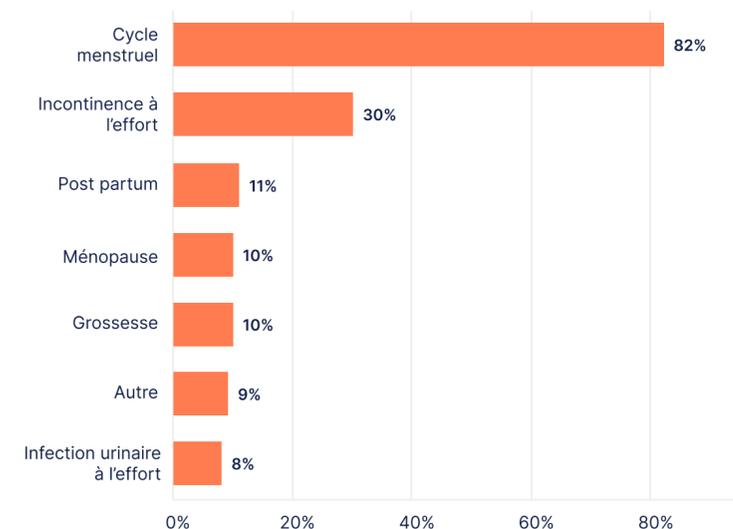
PROBLÉMATIQUES RENCONTRÉES PAR LES FEMMES	51
L'IMPACT DU CYCLE MENSTRUEL SUR LA PRATIQUE	52
ADAPTATION DE L'ENTRAÎNEMENT	54
CONTENU SPÉCIFIQUE	55

LES PROBLÉMATIQUES RENCONTRÉES PAR LES FEMMES

T'es-tu déjà sentie seule/sans réponse face à une problématique féminine ayant un impact sur ta pratique sportive ?



Face à quelle(s) problématique(s) as-tu eu ce sentiment ?



Parmi les sujets pour lesquels il semble difficile d'obtenir des réponses ou un accompagnement, le cycle menstruel arrive en tête des préoccupations. Par ailleurs, peu abordée, l'incontinence à l'effort préoccupe pourtant près d'une femme sur trois.

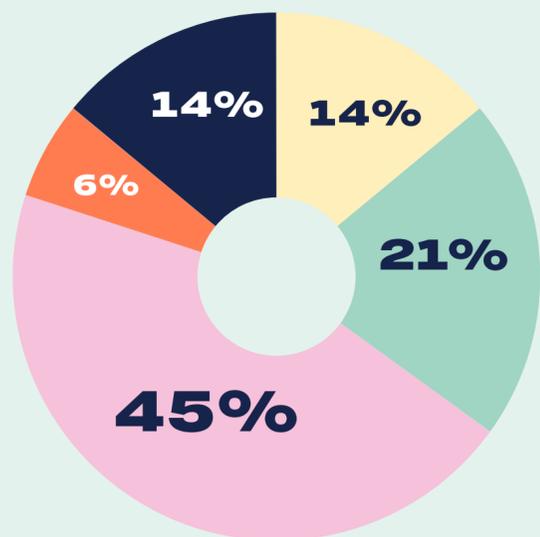
Méthodologie : Cette question n'a été posée qu'aux répondantes "oui" à la question "T'es-tu déjà sentie seule/sans réponse face à une problématique féminine ayant un impact sur ta pratique sportive ?"



L'IMPACT DU CYCLE MENSTRUEL SUR LA PRATIQUE

A quel point est-ce que tes menstruations impactent positivement ou négativement ta pratique ?

- Je ne suis pas concernée
- Mes règles impactent beaucoup ma pratique
- Mes règles impactent légèrement ma pratique
- Mes règles impactent très fortement ma pratique
- Mes règles n'impactent pas ma pratique



La perception de l'impact du cycle menstruel sur la pratique sportive varie considérablement d'une femme à l'autre. Si une majorité (45%) le juge léger, 27% déclarent être « beaucoup » ou « fortement » impactées. Cette diversité de ressentis rend difficile l'identification d'une tendance globale.

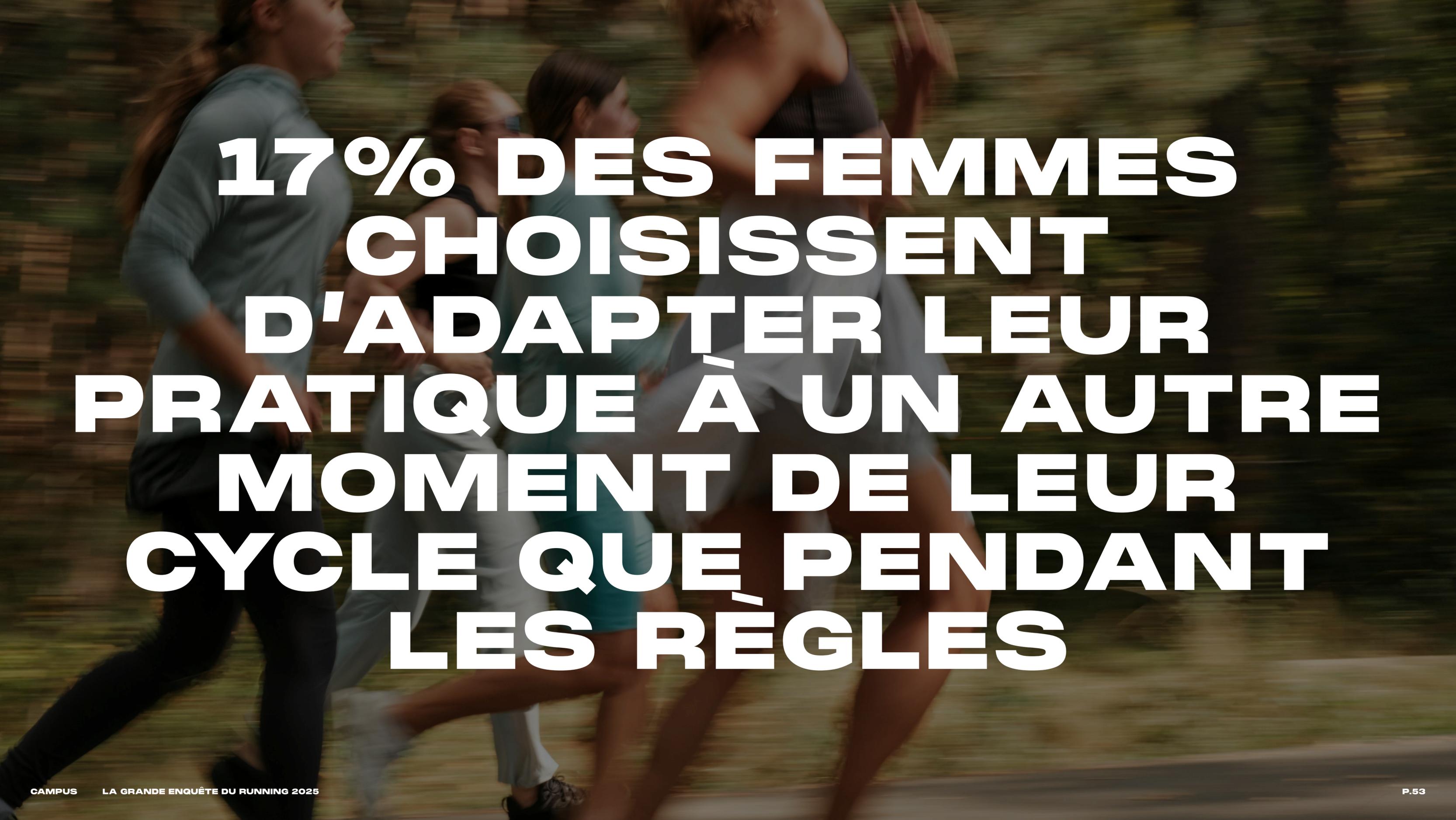


Adaptes-tu ta pratique de la course à pied à ton cycle menstruel ?

	Global	<24 ans	24-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-65 ans	>65 ans
Je ne suis pas concernée	12%	6%	6%	8%	27%	86%	92%
Non, jamais	29%	23%	27%	33%	37%	6%	0%
Rarement	17%	21%	19%	17%	11%	4%	0%
Oui, parfois	31%	32%	35%	31%	21%	4%	8%
Oui, systématiquement	11%	17%	12%	11%	4%	0%	0%

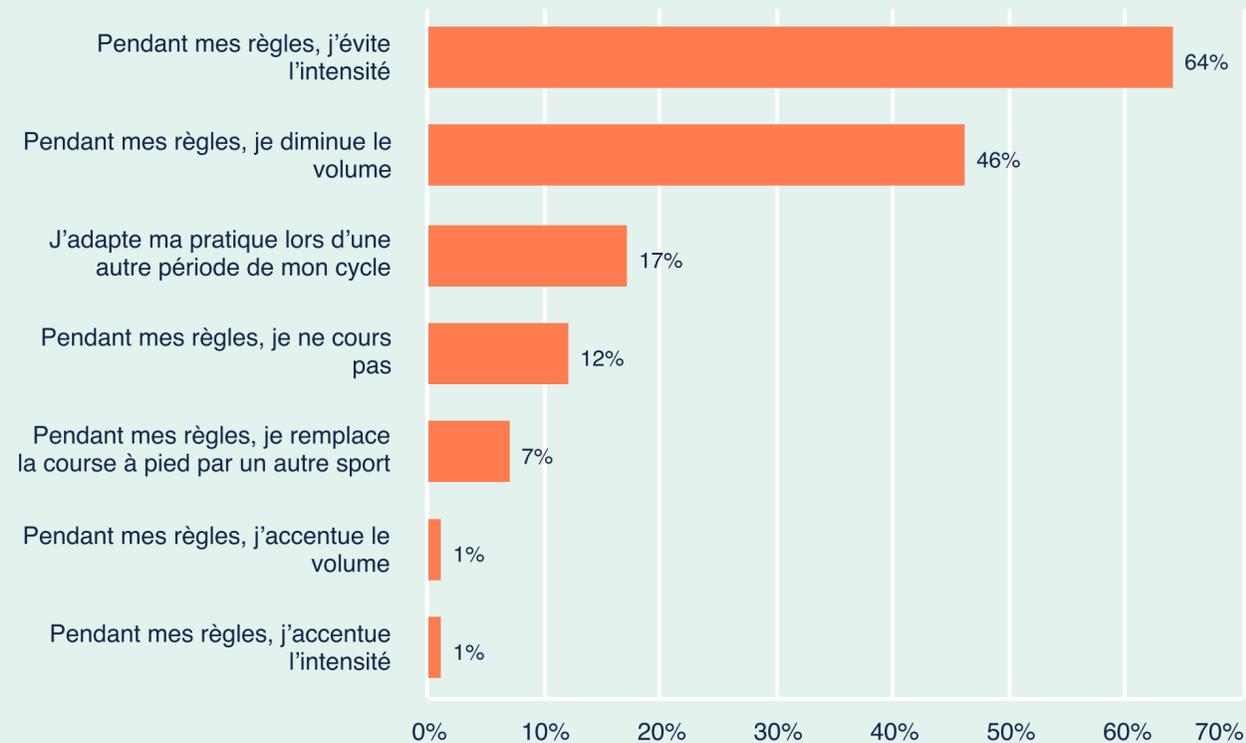
L'hétérogénéité des situations est encore plus marquée lorsqu'il s'agit d'adapter l'entraînement au cycle menstruel. Il y a quasiment autant de femmes qui adaptent parfois leur entraînement à leur cycle, que jamais. Au total, 42% des femmes déclarent adapter leur entraînement au moins occasionnellement.





**17% DES FEMMES
CHOISISSENT
D'ADAPTER LEUR
PRATIQUE À UN AUTRE
MOMENT DE LEUR
CYCLE QUE PENDANT
LES RÉGLES**

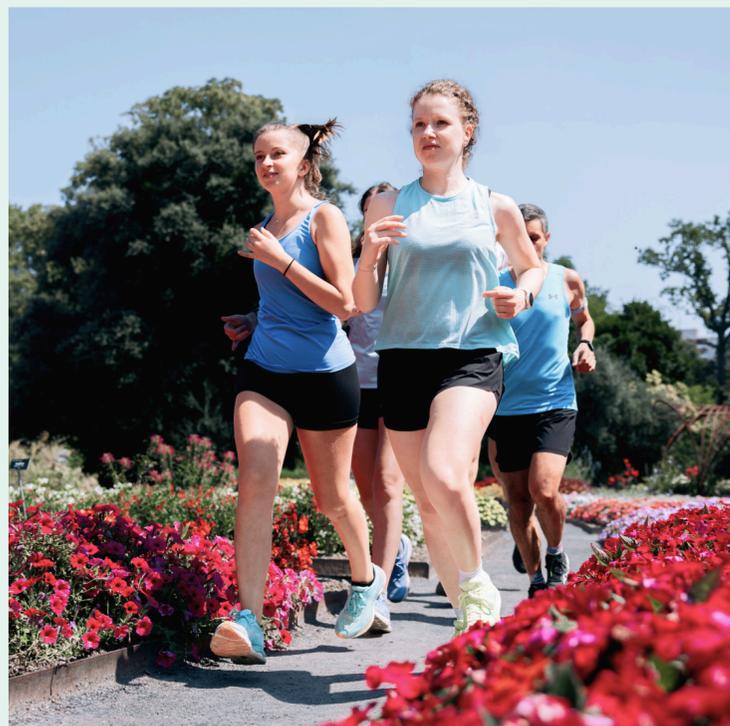
Quelles adaptations fais-tu ?



Parmi les femmes qui adaptent leur pratique à leur cycle, 64% évitent l'intensité, tandis qu'elles sont quasiment une sur deux à réduire le volume. On note que 17% des femmes choisissent d'adapter leur pratique à un autre moment de leur cycle que pendant les règles.

Enfin, rares sont celles qui augmentent leur effort (1%), confirmant que cette période est perçue comme un moment nécessitant un ajustement plutôt qu'une intensification. Globalement, les coureuses adoptent une approche pragmatique, privilégiant la continuité de leur pratique tout en écoutant leur corps.

Méthodologie : Cette question n'a pas été posée aux femmes ayant répondu "Je ne suis pas concernée" et "Non, jamais" à la question "Adaptes-tu ta pratique de la course à pied à ton cycle menstruel ?"



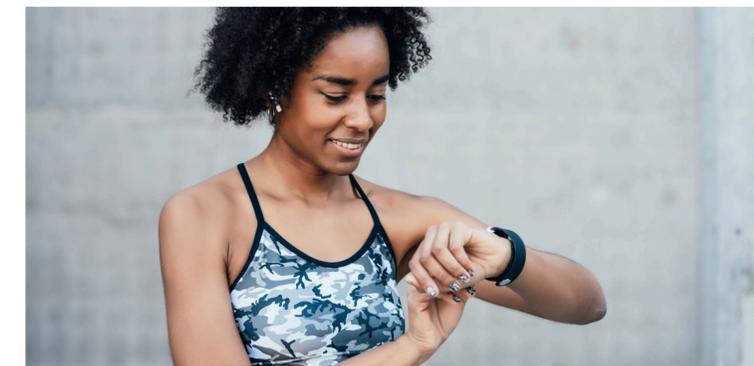
QUESTIONNAIRE

ADAPTATION DE L'ENTRAÎNEMENT

Penses-tu que ta pratique de la course à pied devrait être davantage adaptée à ton cycle menstruel ?

	Global	< 24 ans	24-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-65 ans	> 65 ans
Je ne sais pas	12%	12%	11%	13%	17%	20%	0%
Non, je l'adapte déjà suffisamment	18%	19%	17%	20%	20%	36%	0%
Non, je ne pense pas en avoir besoin	26%	20%	23%	28%	39%	28%	0%
Oui, je pense que ce serait bénéfique	44%	50%	49%	39%	24%	16%	100%

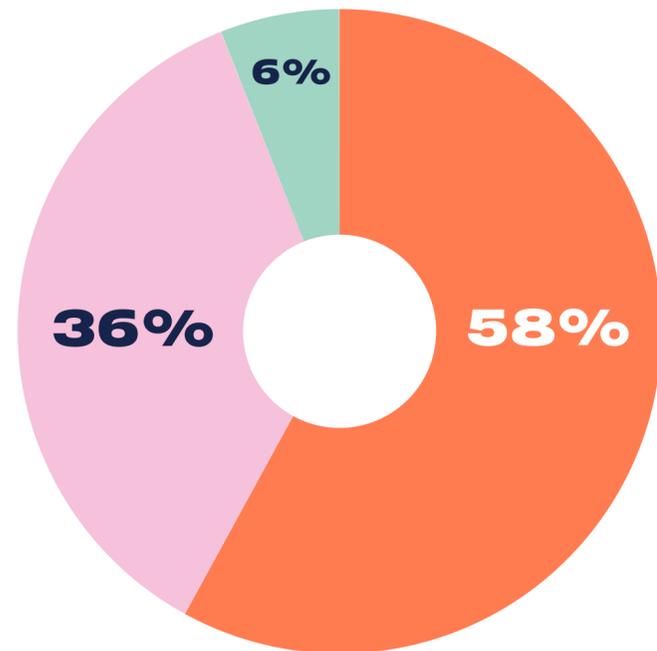
Il reste difficile d'établir une tendance claire lorsqu'il s'agit d'adapter l'entraînement au cycle menstruel. En effet, 44% des femmes estiment qu'une adaptation plus significative pourrait être bénéfique, tandis que 44% ne ressentent pas ce besoin. Cette demande d'adaptation provient majoritairement des tranches d'âge les plus jeunes, qui sont plus représentées dans cette étude.



CONTENU SPÉCIFIQUE

Consommes-tu du contenu lié à la gestion des problématiques féminines dans le sport ?

- Non
- Oui, de temps en temps
- Oui, très souvent



Cette donnée montre que la majorité des coureuses (58%) ne consomment pas de contenu sur les problématiques féminines dans le sport, ce qui pourrait indiquer un manque d'intérêt ou de sensibilisation pour ces sujets, ou encore une offre de contenu insuffisante et peu visible. Il est difficile d'en tirer une conclusion.



LE SPORT EN ENTREPRISE

CE QUE LES ENTREPRISES PROPOSENT

57

LA SATISFACTION DES SALARIÉS

58

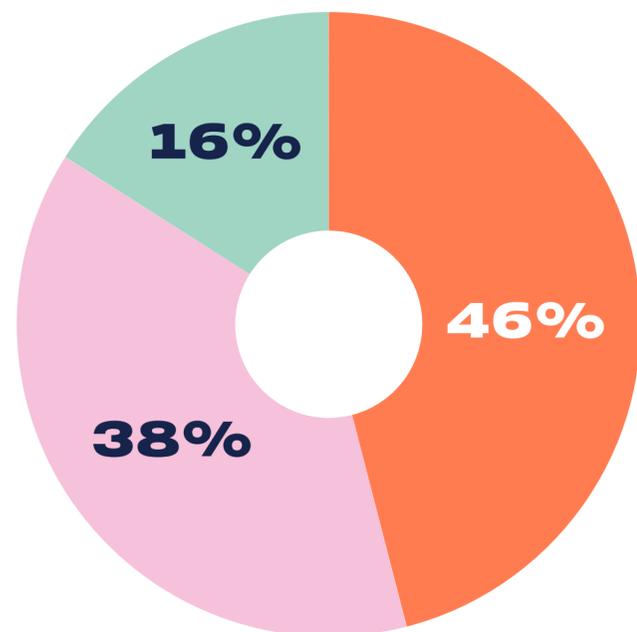
L'ACTIVITÉ PHYSIQUE DANS LE CADRE DU TRAVAIL

60

CE QUE LES ENTREPRISES PROPOSENT

Est-ce que l'entreprise dans laquelle tu travailles met en place des choses pour que tu puisses pratiquer une activité sportive sur ton lieu de travail ?

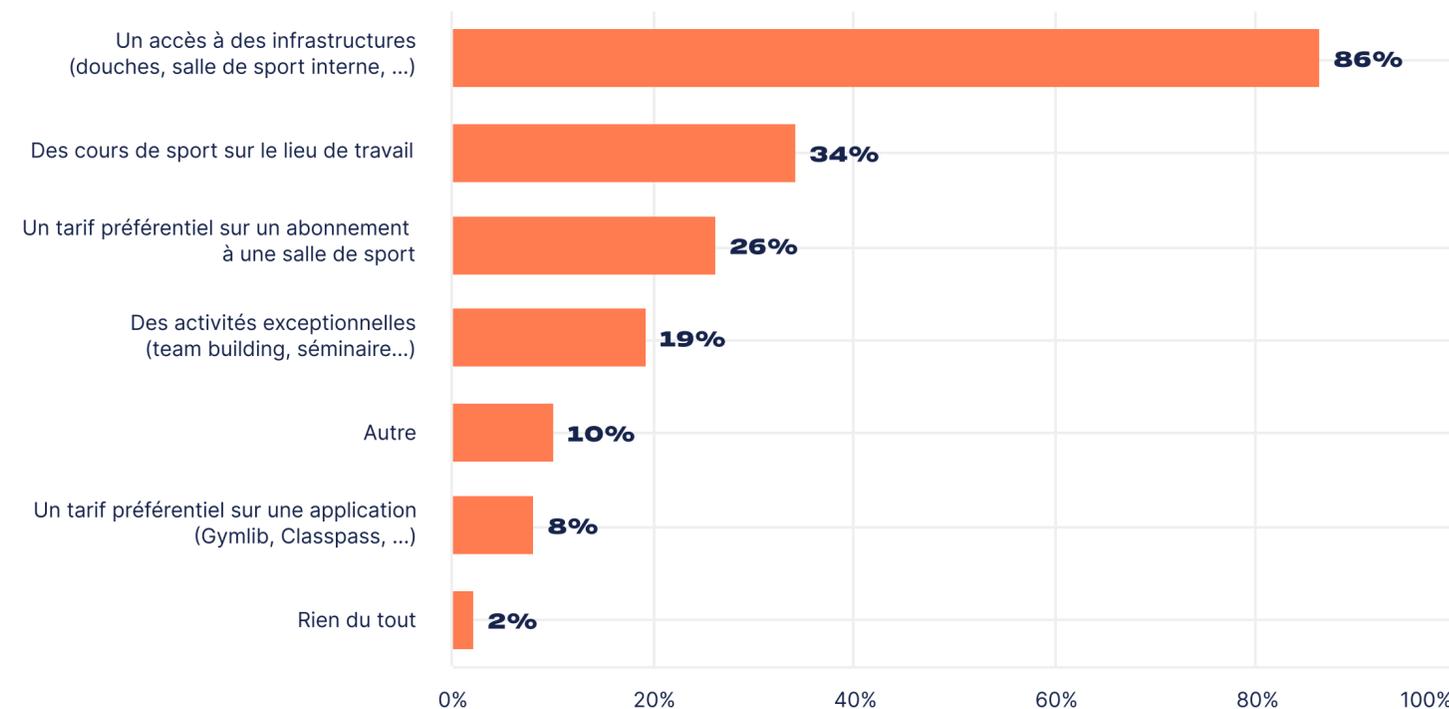
- Non
- Oui
- Je ne suis pas concerné(e)



Méthodologie : Cette question n'a été posée qu'aux cadres et professions intellectuelles supérieures, employés ouvriers, et professions intermédiaires.



Qu'est ce que ton entreprise propose ?



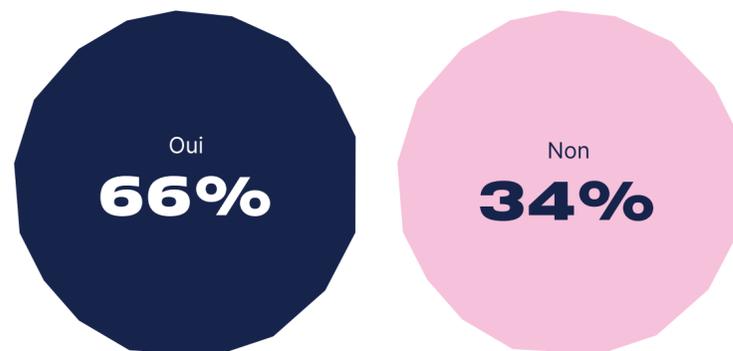
La majorité des entreprises qui encouragent la pratique d'une activité physique semblent privilégier la mise à disposition d'infrastructures. Un choix généralement apprécié des salariés, car il leur offre une grande liberté dans l'organisation de leur pratique : choix des horaires, du sport, etc. Par ailleurs, les cours de sport sur le lieu de travail sont également répandus, puisque plus d'un salarié sur trois y a accès.

Méthodologie : Cette question a été posée aux personnes ayant répondu "oui" à la question "Est-ce que l'entreprise dans laquelle tu travailles met en place de choses pour que tu puisses pratiquer une activité sportive sur ton lieu de travail ?"



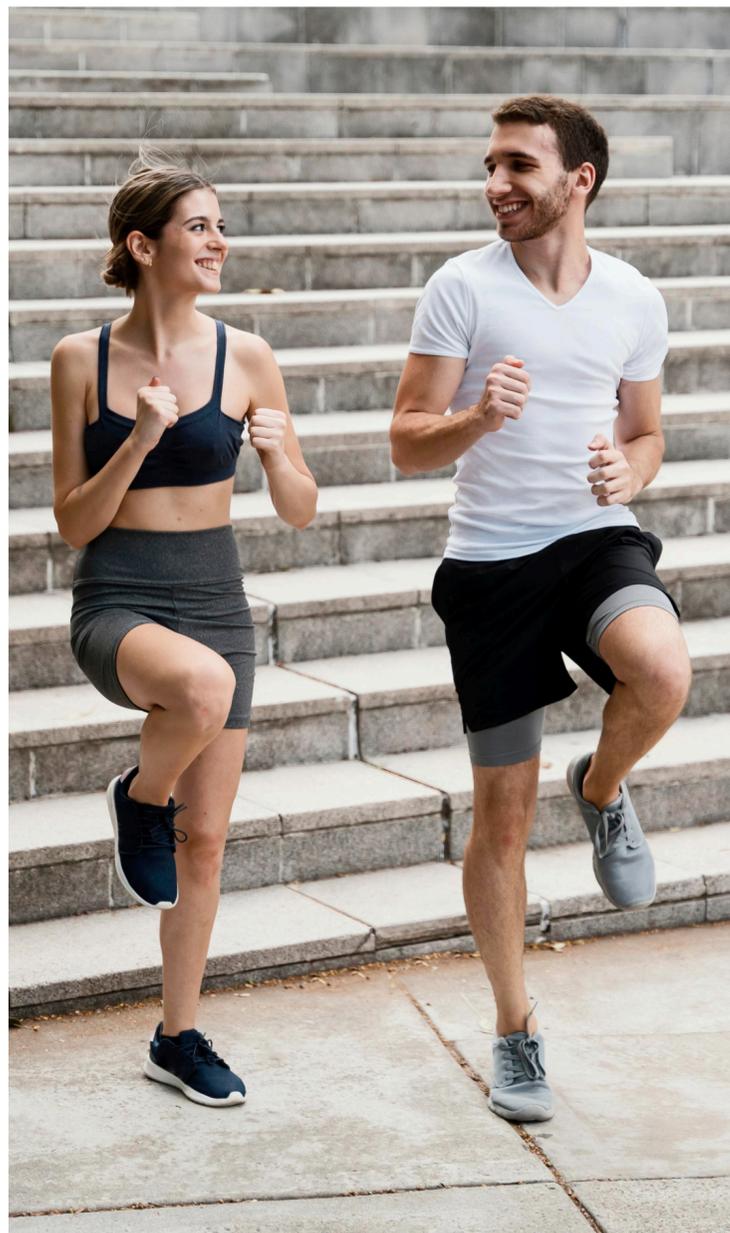
LA SATISFACTION DES SALARIÉS

Considères-tu que cela est suffisant ?



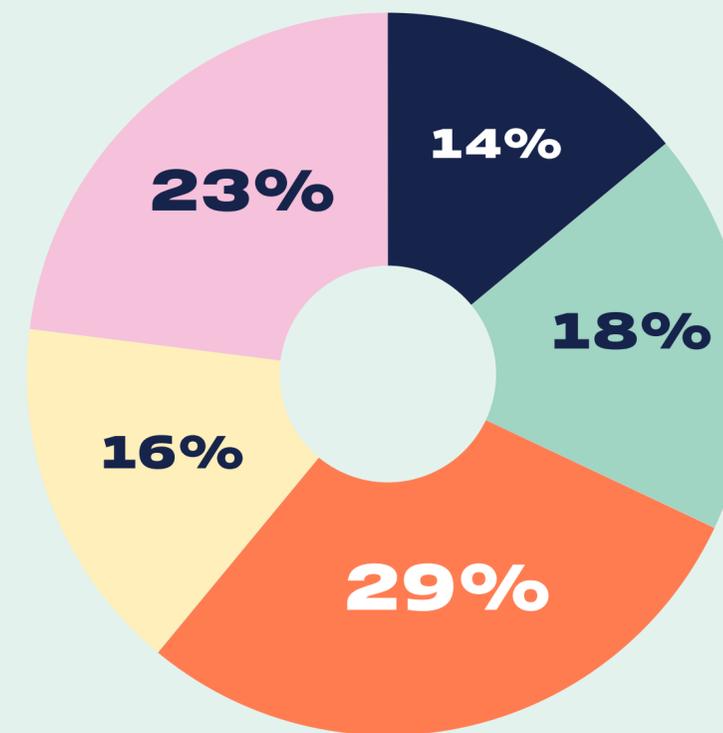
Tous ces efforts entrepris par les entreprises portent leurs fruits, puisque la majorité des salariés les jugent suffisants. Toutefois, il reste une marge de progression importante : 44% des répondants souhaiteraient que leur entreprise en fasse davantage.

Méthodologie : Cette question a été posée aux personnes ayant répondu "oui" à la question "Est-ce que l'entreprise dans laquelle tu travailles met en place de choses pour que tu puisses pratiquer une activité sportive sur ton lieu de travail ?"



Es-tu satisfait(e) de ce que ton entreprise propose pour faciliter la pratique d'une activité sportive ?

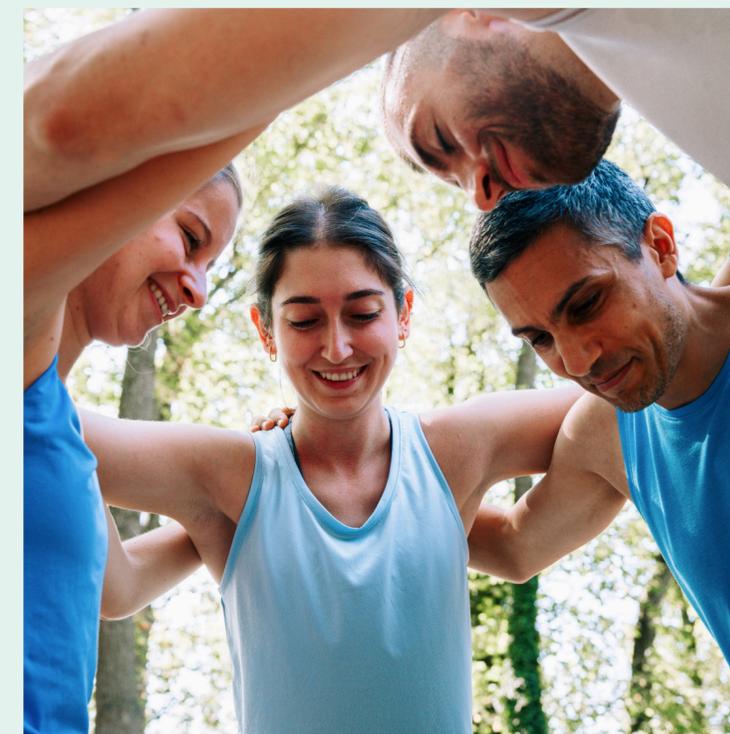
- Oui, très satisfait(e)
- Oui, plutôt satisfait(e)
- Neutre
- Non, pas vraiment satisfait(e)
- Non, pas satisfait(e)



Toutefois, la satisfaction globale des salariés quant aux dispositifs mis en place par leur entreprise pour favoriser la pratique d'une activité sportive – y compris ceux dont l'entreprise ne propose rien – reste mitigée. Seul un tiers des répondants se déclare satisfait, tandis que 39% expriment leur insatisfaction. De manière générale, le monde de l'entreprise a encore des progrès à faire pour répondre aux attentes des collaborateurs en matière d'activité physique.

Attention, ce questionnaire est adressé à une cible particulièrement sportive, le résultat n'est peut-être pas représentatif de l'ensemble des salariés des entreprises.

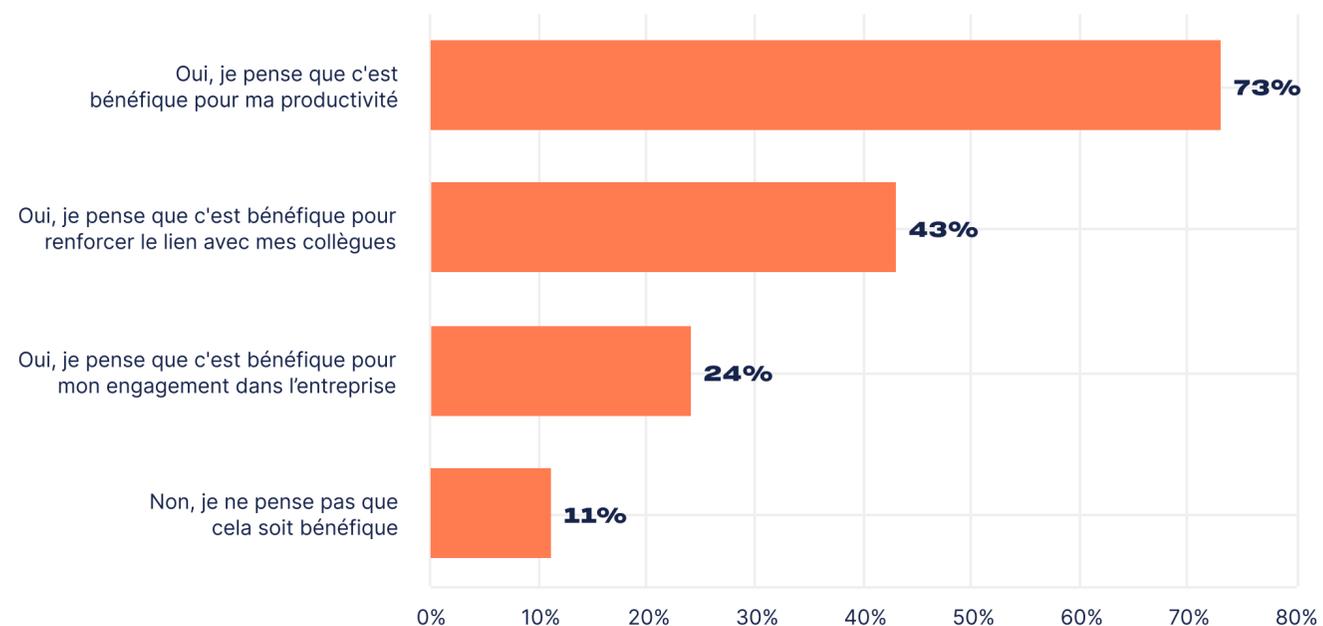
Méthodologie : Cette question n'a été posée qu'aux cadres et professions intellectuelles supérieures, employés ouvriers, et professions intermédiaires.



**73 % DES
RÉPONDANTS
ESTIMENT QUE
L'ACTIVITÉ PHYSIQUE
EN ENTREPRISE
AMÉLIORE LEUR
PRODUCTIVITÉ**

L'ACTIVITÉ PHYSIQUE AU TRAVAIL

Penses-tu que pratiquer une activité physique dans le cadre de ton travail est bénéfique, et si oui à quels points de vue ?



Les entreprises auraient tout intérêt à investir davantage dans ce domaine ! Cette donnée met en évidence une perception très positive de l'activité physique en entreprise, avec 73 % des répondants estimant qu'elle améliore leur productivité. Cela souligne le lien fort entre bien-être physique et efficacité professionnelle, un argument clé pour encourager les entreprises à investir dans ce domaine.

Au-delà de cet aspect, le sport en entreprise favorise également le lien social et l'engagement, des bénéfices largement reconnus par les participants à cette enquête. Seule une infime minorité considère qu'il n'y a rien à y gagner.

Méthodologie : le nombre de réponses possibles n'a pas été limité.



LA VOIX DES COUREURS

LA GRANDE **ENQUÊTE**
DU RUNNING **2025**

CONTACT

Camille Gennetais
camille.g@campus.coach

CAMPUS

CAMPUS



www.campus.coach