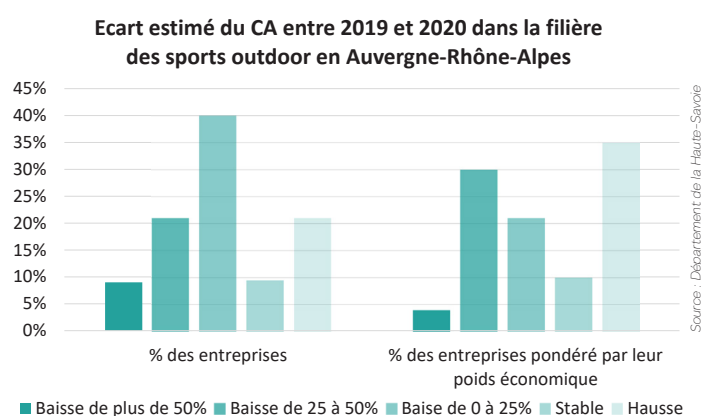


LA FILIÈRE DES SPORTS OUTDOOR EN AUVERGNE-RHÔNE-ALPES FACE À LA CRISE DE LA COVID-19

ASPECTS MÉTHODOLOGIQUES

Le dynamisme de l'outdoor en Auvergne-Rhône-Alpes s'est trouvé subitement entravé par la pandémie de la Covid-19 depuis plus d'un an. Fortement tributaire de la pratique du ski alpin, la filière est ainsi confrontée à une crise économique sans précédent dans son histoire. Afin de tenir compte de ce contexte si particulier, le Département de la Haute-Savoie et OSV, appuyés par TERACTION, ont réalisé une enquête complémentaire sur la situation économique des entreprises de la filière. Cette enquête a été menée en octobre et novembre 2020, c'est-à-dire au milieu du second confinement. Elle donne ainsi un aperçu de la précarité économique de la filière qu'a provoqué le premier confinement mais elle ne mesure donc pas l'aggravation de la situation suite à la fermeture administrative des domaines skiables alpins.

Les 456 entreprises de la filière ont été interrogées. 19% d'entre elles (87) ont répondu. Cet échantillon représente 42% des emplois et 35% du chiffre d'affaires de l'ensemble de la filière. Les résultats ont fait l'objet de pondérations afin de tenir compte du poids (emplois et chiffre d'affaires) de chaque répondant dans la filière.



CHIFFRE D'AFFAIRES

Les performances économiques de l'année 2020 ont été extrêmement disparates d'une entreprise à l'autre. En tenant compte du poids économique des répondants, 25% des entreprises ont connu une perte supérieure à 50% au 1er trimestre 2020 par rapport au 1er trimestre 2019.

Et paradoxalement 27% des entreprises ont malgré tout connu une hausse de leur activité durant cette période : parmi elles, 50% sont spécialisées dans le cyclisme, activité qui aura su le mieux tirer parti de la pandémie. Le manque à gagner aura néanmoins été

en partie recouvré après le confinement. L'une des chances de la filière est effet d'être constituée d'entreprises qui avaient largement diversifié leurs produits sur différents univers (notamment l'urbain et la montagne été), et le déconfinement estival leur a été très profitable. Ainsi, seules 4% des entreprises estiment avoir perdu plus de 50% de leur chiffre d'affaires sur une année, tandis que 35% estiment qu'il aura même progressé par rapport à 2019. En moyenne, pour l'ensemble de la filière, il aura tout de même baissé de 5 à 10% environ. Des déclarations faites donc avant la fin d'année et qui ne tiennent pas compte de la fermeture des remontées mécaniques pour la saison à venir.

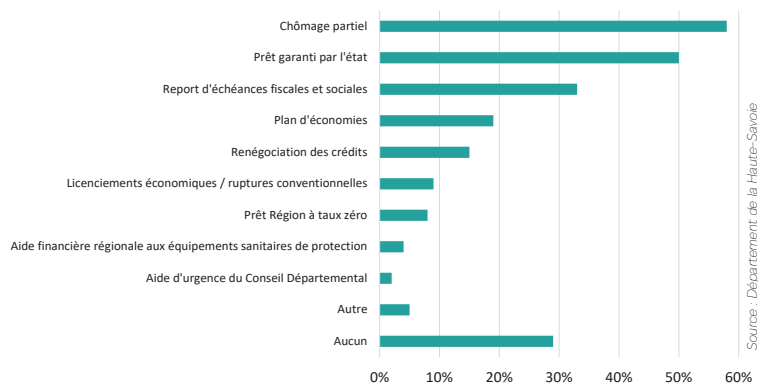
MESURES PRÉVENTIVES

81% des entreprises répondantes ont mis en place des **mesures de prévention économique**. Les mesures les plus récurrentes sont de très loin les dispositifs mis en place par l'Etat : recours au chômage partiel (58%), prêt garanti par l'Etat (50%) et report d'échéances fiscales et sociales (32%).

Les entreprises ont eu également, à un degré moindre, recours à des **mesures internes** : plans d'économie (19%), renégociation des crédits déjà engagés (15%). 9% ont eu recours à des licenciements économiques ou des ruptures conventionnelles.

Les entreprises qui ont eu le plus recours à des mesures préventives sont celles spécialisées dans **les sports aériens** : 73% ont eu recours au chômage partiel, 73% au prêt garanti par l'Etat, 64% au report des échéances fiscales et sociales. 18% ont dû alléger leur masse

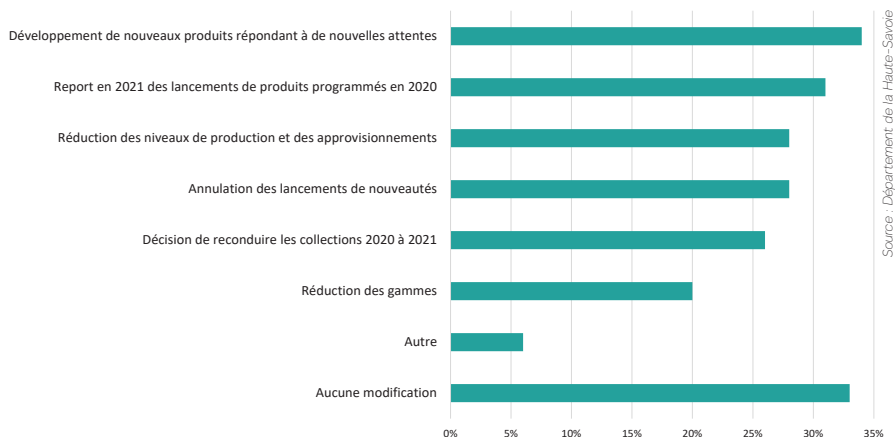
Mesures de prévention économiques adoptées par les entreprises de l'Outdoor en Auvergne-Rhône-Alpes



salariale. Les entreprises de cet univers secteur sont en effet beaucoup moins diversifiées que le reste de la filière, ce qui les a fortement pénalisées pour combler les manques à gagner.

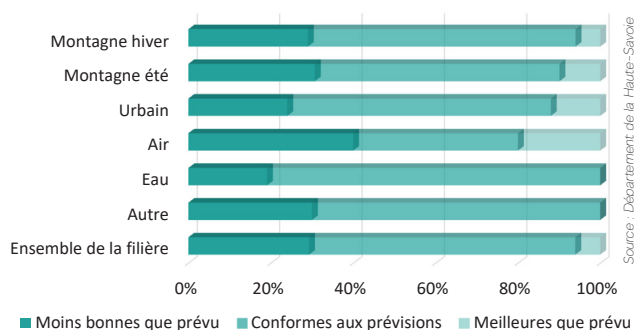
68% des entreprises de la filière ont également **modifié leur offre produits** pour tenir compte du nouveau contexte sanitaire et économique. La majorité des modifications a consisté à réduire les actions marketing : report (31%) voire annulation (28%) des lancements de nouveaux produits, reconduction des collections (25%), réduction des gammes (20%). D'autres stratégies ont visé à réduire le volume de la production (28%). Mais 1 entreprise sur 3 également su faire preuve d'une forte adaptabilité pour développer de nouveaux produits afin de répondre aux nouvelles attentes. Enfin, les entreprises ont pris des mesures sanitaires de distanciation physique dans leurs locaux : le taux moyen de télétravail dans les entreprises de la filière est de 34%.

Modification de l'offre produits suite à la crise de la Covid-19 dans les entreprises de l'outdoor en Auvergne-Rhône-Alpes



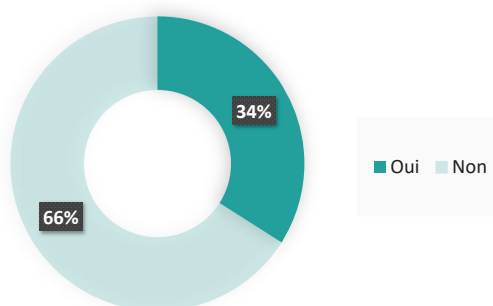
PERSPECTIVES

Evaluation des perspectives suite à la Covid-19 à fin 2020 dans la filière Outdoor

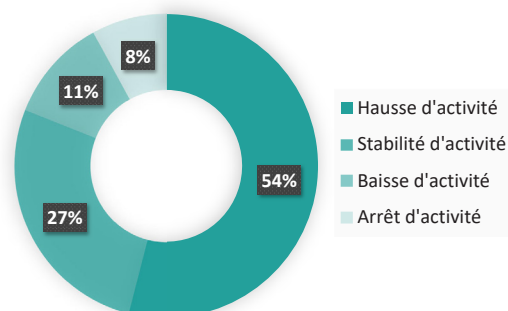


En matière de ressources humaines, **60% des entreprises indiquent au final avoir des perspectives à fin 2020 conformes à leurs prévisions d'avant-crise**, mais 28% estiment avoir des perspectives moins bonnes qu'espérées. Là encore, c'est dans l'univers de l'air que le pessimisme est le plus prononcé (40%). Néanmoins, en dépit de la crise traversée, 64% des entreprises tablent sur une stabilité de leur effectif à fin 2020, et même 28% escomptent une hausse. En revanche, l'incertitude est de mise, déjà, pour 2021. **66% des entreprises sont dans l'incapacité d'évaluer leurs perspectives d'affaires.** Les plus grandes incertitudes concernent les entreprises de l'univers de l'eau (86%), pour qui l'été 2021, à 8 mois de là, s'annonce totalement imprévisible. Les rares entreprises ayant des perspectives se montrent résolument optimistes (54% d'entre elles tablaient sur une hausse d'activité, 27% sur une activité stable).

Capacité à évaluer les perspectives d'affaires pour 2021



Perspectives de développement en 2021 (quand elles sont connues)



Source : Département de la Haute-Savoie

2020 et 2021 seront des années de rupture dans le développement de la filière Outdoor en Auvergne-Rhône-Alpes. L'année 2020 s'achève avec à peine 31% d'entreprises qui se déclarent en équilibre ou en développement (elles étaient 84% en 2017). Et l'année 2021, qui s'annonçait déjà bien incertaine en novembre, est devenue un véritable défi pour les entreprises. La diversification de l'offre de produits est un réel atout, tout comme la transition digitale déjà bien amorcée. Cependant, les entreprises ont largement puisé dans leurs ressources en 2020 et leurs marges de manœuvre se sont considérablement réduites.