

Consommateurs et non-consommateurs : le marché de la randonnée à Gap

Pour son rayon randonnée, Altitude Sports dispose d'une étude de la communauté d'agglomération sur la population de 15 ans et plus de sa zone (document 1). Les « non-consommateurs relatifs » aimeraient pratiquer mais n'achètent pas d'équipement aujourd'hui (manque de temps, de connaissance, de budget) ; les « non-consommateurs absolus » ne pratiqueront pas.

Document 1 : population de 15 ans et plus de la zone (2026)

Catégorie	Personnes
Pratiquants qui achètent de l'équipement de randonnée	14 400
Non-consommateurs relatifs	9 600
Non-consommateurs absolus	à calculer
Population de 15 ans et plus	48 000

Document 2 : autres données

Dépense moyenne annuelle d'un pratiquant en équipement de randonnée : 140 € TTC. Clients du rayon randonnée d'Altitude Sports (fichier de fidélité) : 3 600.

Annexe 1 (pourcentages à une décimale, montants à l'euro)

Question	Réponse
Taux de pénétration de la randonnée dans la population (%)	_____
Nombre de non-consommateurs absolus	_____
Marché actuel en valeur (€)	_____
Marché potentiel en valeur, si les non-consommateurs relatifs devenaient pratiquants (€)	_____
Part des pratiquants qui sont clients d'Altitude Sports (%)	_____
Chiffre d'affaires TTC du rayon randonnée, si ses clients y dépensent 60 % de leur budget annuel (€)	_____

Questions d'analyse

Pour élargir son marché, Altitude Sports doit viser en priorité :

- ☐ Les non-consommateurs relatifs, avec des sorties découverte, de la location et du conseil aux débutants
- ☐ Les non-consommateurs absolus, avec une campagne de publicité
- ☐ Uniquement ses clients actuels

Les clients d'Altitude Sports ne dépensent que 60 % de leur budget randonnée au magasin. Le levier le plus direct est :

- ☐ Développer la part du budget captée (gamme complète, services, fidélisation)
- ☐ Baisser tous les prix de 40 %
- ☐ Réduire le rayon