

Communiqué de presse

Paris, le 25 avril 2024

Etude « sport-santé » Allianz France/IFOP : Des Français dynamiques mais certains restent sur le banc de touche

- Pratiquer une activité physique ou sportive régulière est un enjeu de santé publique. Elle diminue drastiquement les risques d'AVC, de diabète de type 2 et de cancer¹ et contribue au bien-être mental.
- A moins de 100 jours de Paris 2024, Allianz France, acteur majeur de l'assurance santé très impliqué dans le monde du sport, analyse la pratique des Français et les impacts de santé associés dans le cadre d'une étude sur l'activité physique et sportive des Français.
- Dans ce cadre, 3 000 Français ont été interrogés et les principaux enseignements sont les suivants :
 - Aujourd'hui, 84 % des Français considèrent l'activité physique comme importante. Ils sont conscients de ses bienfaits sur la santé physique et mentale notamment pour prévenir des maladies et du vieillissement.
 - La pratique sportive régulière est bien installée dans le quotidien des Français et est source de plaisir : 44 % des Français pratiquent plusieurs fois par semaine.
 - Elle s'ancre désormais dès le plus jeune âge : 69 % des enfants commencent une activité sportive avant 7 ans.
 - L'influence familiale est décisive : dans 69 % des cas, l'enfant pratique un sport lorsqu'au moins un parent pratique aussi.



Une vraie prise de conscience des Français de l'importance de la pratique d'une activité physique et sportive

Plus de 8 Français sur 10 jugent l'activité physique² importante, et 64 % déclarent y allouer au moins 30 minutes par jour. Ils en perçoivent très nettement les bienfaits sur leur santé : 93 %

¹ Plaquette gouvernementale „Grande Cause nationale 2024 : Bouge 20 minutes chaque jour »

² Nous entendons ici l'activité physique au sens large, c'est-à-dire l'ensemble des mouvements effectués au quotidien dans le cadre des loisirs, de l'activité sportive, sur le lieu de travail ou encore pour se déplacer.

citent des bienfaits liés à leur bien-être physique et 69 % des bienfaits liés à leur bien-être mental et/ou à la diminution du stress.

Pour faciliter leur pratique, les Français adoptent des gestes simples dans leur quotidien : 74 % privilégient **les escaliers** et 69 % vont plutôt faire certains de leurs **trajets à pied**.

Au-delà de l'activité physique, 2 Français sur 3 (61 %) pratiquent une **activité sportive régulière** avec des séances d'au moins une heure pour 86 % d'entre eux. Celle-ci est **avant tout décrite comme un plaisir** pour 63 % d'entre eux et n'est perçue comme une contrainte que pour 9 % d'entre eux.

Les **sports privilégiés** sont :

- la marche / marche nordique (25 %),
- la musculation / fitness (14 %),
- la course à pied (11 %).

Pour autant, l'activité sportive peut être **source de difficultés** : 30 % des Français qui font du sport déclarent rencontrer au moins une contrainte, notamment de temps (46 %), financière (33 %), ou de mobilité (31%). Et, si 39 % des Français ne pratiquent aucune activité sportive, c'est essentiellement par **manque de motivation** (42 %) et par **manque de temps** (35 %).

Enfin, **24 %** des Français ne pratiquent pas ou trop peu (moins de 30 minutes par jour) d'activité physique et sportive et perçoivent des impacts négatifs sur leur :

- santé physique (63 %) : prise de poids, perte de mobilité/souplesse, problèmes de dos, etc.
- bien-être mental (23 %) : augmentation du stress, altération de la santé mentale, etc.
- exposition à certaines pathologies (22 %) : insomnie, maladies chroniques, etc.

Une incitation croissante et bénéfique à la pratique sportive dès le plus jeune âge

Aujourd'hui, la pratique sportive des enfants est importante pour près de 9 parents sur 10 (88 %).

Alors que seuls 24 % des parents d'enfants et adolescents de 3 à 17 ans ont commencé une pratique sportive extra-scolaire avant 7 ans, c'est aujourd'hui le cas de 69 % des jeunes de cette tranche d'âge.

Ainsi, la **dynamique engagée depuis de longues années en faveur de la promotion de l'activité physique pour tous**, partout et à tout âge, semble porter ses fruits. Cette étude démontre qu'une première pratique sportive dès la petite enfance (entre 4 et 6 ans) favorise une activité sur le long terme en l'ancrant profondément dans les habitudes.

Les **enfants pratiquent majoritairement les sports suivants** :

- le football (14 %),
- la danse (10 %),
- la natation et le basket-ball (9 %).

Par ailleurs, cette étude permet d'observer une influence de la pratique sportive au sein du foyer : **lorsqu'au moins un des parents fait du sport, dans 69 % des cas, l'enfant en pratique un aussi**. A l'inverse, lorsqu'aucun des parents n'en fait, seuls 43 % des enfants en pratiquent un.

La pratique sportive des Français n'est pas constante : certaines étapes de la vie peuvent la favoriser ou la stopper

Par exemple, un ralentissement est majoritairement observé à **l'arrivée des enfants**, alors que la **retraite** est un moment propice à la reprise. Par ailleurs, la période **des études et l'entrée dans la vie active** jouent un rôle de frein (déménagement, contraintes de temps, etc.), mais aussi de « booster » (autonomie, etc.).

Dans ce contexte, **les entreprises peuvent changer la donne en incitant leurs collaborateurs à la pratique d'une activité physique ou sportive**. Aujourd'hui, certaines d'entre elles proposent déjà d'accompagner leurs salariés, en mettant par exemple à leur disposition des vestiaires ou douches (47 %), un forfait mobilité durable (34 %) ou encore des subventions (31 %).

Autant d'initiatives auxquelles près d'un salarié sur deux a recours lorsqu'elles lui sont proposées. Ces dispositifs sont « gagnants-gagnants » pour ces entreprises puisque 3 actifs sur 4 (72 %) déclarent se **sentir plus performants au travail grâce à la pratique d'une activité physique ou sportive**.

« La sédentarité, le temps passé devant les écrans et le manque d'activité physique sont aujourd'hui des enjeux de santé majeurs en France. 73% des jeunes de 11 à 17 ans n'atteignent pas les standards d'activité recommandés par l'OMS par exemple. Les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 sont une opportunité exceptionnelle pour favoriser l'activité physique et sportive ! En tant que partenaire mondial des Comités Internationaux Paralympique et Olympique et acteur majeur de l'assurance santé, il nous tient à cœur de multiplier les initiatives en faveur de l'activité physique ou sportive. En interne, auprès de nos collaborateurs en favorisant 30 minutes d'activité dans le cadre d'actions comme [Go for 30](#) ou l'[Allianz World Run](#) qui fédère plus de 600 collaborateurs autour de la marche et du running, mais aussi en externe auprès de nos assurés avec des solutions de prévention des troubles musculo-squelettiques comme [Axomove](#). Nous sommes fiers en cette année paralympique et olympique de participer, à notre mesure, à cette Grande Cause nationale » indique **Alexandre du Garreau, Membre du Comité Exécutif d'Allianz France, en charge de la Distribution**.

« La pratique sportive est un vecteur majeur d'amélioration de la Santé des Français, en prévention ou en thérapie non médicamenteuse. Allianz France propose dans ses contrats d'assurance une palette de solutions visant à développer la pratique du sport. Ces services visent à accompagner nos assurés individuels ainsi que les entreprises. Ces dernières ont un rôle clef à jouer dans la prévention et l'incitation de leurs salariés à pratiquer une activité physique et sportive, d'autant que cela permet de soulager et de prévenir certaines maladies (santé Mentale, [troubles musculo-squelettiques](#), AVC, diabète, risques de cancer, problèmes articulaires, etc). Cet enjeu de santé publique doit être pris à bras le corps tant par les employeurs que par l'ensemble des parties prenantes, d'autant que la sédentarité est la 1ère cause de mortalité évitable » explique **Stéphane Camon, leader de l'écosystème Ma santé d'Allianz France**.

Retrouvez l'infographie et les résultats complets de cette étude Allianz France-Ifop sur le sport-santé en France dans notre [Newsroom](#).

Précisions méthodologiques :

Enquête réalisée en ligne auprès de deux échantillons :

- Un échantillon représentatif de 3020 Français âgés de 18 à 75 ans, du 11 au 18 mars 2024
- Un échantillon représentatif de 1484 familles ayant des enfants âgés de 3 à 17 ans, du 11 au 18 mars 2024

Contact Presse Allianz France

Sandrine Pichavant

07 61 15 70 07

sandrine.pichavant@allianz.fr

Carla Leborgne Buttazzoni

07 61 19 17 92

carla.leborgne-buttazzoni@allianz.fr

À propos d'Allianz :

Allianz, acteur mondial et leader européen de l'assurance, propose une offre complète qui couvre tous les besoins en assurance, assistance et services financiers des particuliers, professionnels, entreprises et collectivités. Avec près de 157 000 collaborateurs dans le monde, Allianz est présent dans plus de 70 pays, au service de plus de 125 millions de clients.

Assureur généraliste, spécialiste du patrimoine, de la protection sociale, Allianz France s'appuie sur la richesse de son expertise et le dynamisme de ses plus de 8 000 collaborateurs en France. Près de 9 000 intermédiaires commerciaux, Agents, Conseillers, Courtiers, Partenaires conseillent et accompagnent plus de 5 millions de clients qui font confiance à Allianz France.

Retrouvez toute l'actualité d'Allianz France sur www.allianz.fr et suivez-nous sur :



A propos du Groupe Ifop :

Entreprise à taille humaine, dans le Top 5 des instituts en France, le Groupe Ifop est le leader des études d'opinion depuis 1938 et un acteur référent des études marketing, quantitatives et qualitatives, en Europe, aux USA et en Chine. Depuis 2018, Sociovision, enrichit l'offre du Groupe avec des observatoires uniques sur le marché et un savoir-faire en datascience exclusif. En 2022, l'acquisition d'Occurrence, institut d'études et conseil indépendant, et de sa filiale Deep Opinion vient compléter la proposition de valeur dans l'évaluation des dispositifs de communication. En 2023, Brain Value, le leader des études qualitatives en France, apporte un nouvel élan aux savoir-faire qualitatifs et planning stratégique pour un accompagnement encore plus complet des clients du Groupe.

Pour en savoir plus : www.ifop.com

[LinkedIn](#)

[YouTube](#)