

Date : 08/07/11

Le trail ou course nature, pour allier l'effort et l'évasion



© ap

Le trail, ou course nature, séduit une population de plus en plus large de coureurs avides d'efforts et d'évasion. "Le trail est dans l'air du temps. Courir sur des chemins est bien plus ludique qu'une course sur le bitume, on est en osmose avec la nature", explique Nathalie Lamoureux, journaliste et auteur de " **Courir de plaisir** ". La France compte près de 300.000 coureurs de trails, selon le journal professionnel Sportéco et environ 1.600 "coursures nature" sont organisées dans l'Hexagone. Les plus mythiques, les ultra-trails (plus de 80 km), ont rassemblé 39.000 coureurs en 2009, selon Ultra fondus magazine. "Les participants ont l'impression qu'ils vont à la guerre et deviennent des héros ordinaires uniquement en arrivant à finir la course aux côtés des champions de la discipline", analyse Nathalie Lamoureux. "Le chrono en tant que tel a peu d'importance. C'est avant tout une lutte contre soi-même, un dépassement de soi ce qui peut expliquer en partie ce succès", renchérit Benoît Laval, coureur aguerri. Avec ses parcours balisés, Saint-Pierre-de-Chartreuse, première station française dédiée au trail, surfe sur cet engouement. Parcours bleus, verts ou rouges, allant de 5 à 30 km, sentier de "kilomètre vertical" dont la pente peut atteindre 50%, borne internet, espace d'accueil avec vestiaires: l'entreprise française Raidlight, spécialisée dans l'équipement trail, a ouvert il y a moins d'un mois la première station française dédiée à la course nature. "L'idée était d'avoir un lieu où les coureurs de trail, souvent seuls, puissent évaluer leur forme physique

Évaluation du site

Ce site diffuse l'actualité générale belge et internationale sous forme de très nombreuses dépêches d'agences belges.

Cible
Grand Public

Dynamisme* : 129

* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

et qui permette d'aiguiller les débutants", explique Benoît Laval, fondateur de la société, dont le chiffre d'affaires croît de 20% par an depuis sa création en 1999 et qui emploie désormais une trentaine de personnes. Equipés de vestes ultra légères, de chaussures anti-dérapantes ou encore de GPS, les sportifs, qui disposent de blogs et de magazine spécialisés, "n'hésitent pas à dépenser pour assurer leur sécurité, ce qui n'a pas échappé aux professionnels du secteur", relève Nathalie Lamoureux. "Le potentiel du trail est gigantesque et le public captif", estime Yvan Thevenin, directeur marketing de Salomon, filiale de Amer Sport, spécialisé dans les sports outdoor. "Aujourd'hui la croissance est très forte et le marché est loin d'être à maturité", souligne le Pdg de Raidlight, qui n'exclut pas de créer d'autres stations dédiées au trail. (afp/dl) © ap

Le trail, ou course nature, séduit une population de plus en plus large de coureurs avides d'efforts et d'évasion. "Le trail est dans l'air du temps. Courir sur des chemins est bien plus ludique qu'une course sur le bitume, on est en osmose avec la nature", explique Nathalie **Lamoureux**, journaliste et auteur de "**Courir de plaisir**". La France compte près de 300.000 coureurs de trails, selon le journal professionnel Sportéco et environ 1.600 "courses nature" sont organisées dans l'Hexagone. Les plus mythiques, les ultra-trails (plus de 80 km), ont rassemblé 39.000 coureurs en 2009, selon Ultra fondus magazine. "Les participants ont l'impression qu'ils vont à la guerre et deviennent des héros ordinaires uniquement en arrivant à finir la course aux côtés des champions de la discipline", analyse Nathalie Lamoureux. "Le chrono en tant que tel a peu d'importance. C'est avant tout une lutte contre soi-même, un dépassement de soi ce qui peut expliquer en partie ce succès", renchérit Benoît Laval, coureur aguerri. Avec ses parcours balisés, Saint-Pierre-de-Chartreuse, première station française dédiée au trail, surfe sur cet engouement. Parcours bleus, verts ou rouges, allant de 5 à 30 km, sentier de "kilomètre vertical" dont la pente peut atteindre 50%, borne internet, espace d'accueil avec vestiaires: l'entreprise française Raidlight, spécialisée dans l'équipement trail, a ouvert il y a moins d'un mois la première station française dédiée à la course nature. "L'idée était d'avoir un lieu où les coureurs de trail, souvent seuls, puissent évaluer leur forme physique et qui permette d'aiguiller les débutants", explique Benoît Laval, fondateur de la société, dont le chiffre d'affaires croît de 20% par an depuis sa création en 1999 et qui emploie désormais une trentaine de personnes. Equipés de vestes ultra légères, de chaussures anti-dérapantes ou encore de GPS, les sportifs, qui disposent de blogs et de magazine spécialisés, "n'hésitent pas à dépenser pour assurer leur sécurité, ce qui n'a pas échappé aux professionnels du secteur", relève Nathalie Lamoureux. "Le potentiel du trail est gigantesque et le public captif", estime Yvan Thevenin, directeur marketing de Salomon, filiale de Amer Sport, spécialisé dans les sports outdoor. "Aujourd'hui la croissance est très forte et le marché est loin d'être à maturité", souligne le Pdg de Raidlight, qui n'exclut pas de créer d'autres stations dédiées au trail. (afp/dl)