



CTB TRADE FOR DEVELOPMENT



***Le marché européen
des ballons de sports
(équitables et durables)***

Résumé en français

> INTRODUCTION

L'étude du Trade for Development Centre décrit le marché des ballons de sport dans l'Union européenne (UE), en Belgique et dans neuf autres pays porteurs de l'UE, en portant une attention particulière au marché des ballons de sport équitables et durables.

Cette étude a pour objectif d'aider les producteurs des pays en développement à comprendre et, dès lors, à améliorer leur position sur le marché européen des ballons de sport. Elle contient également de précieuses informations pour les importateurs et les associations s'intéressant à ce produit et/ou au commerce durable.

> NORMES

La notion de « ballons de sport durables » est une notion très large, qui peut faire référence à des normes et des certifications générales en matière de durabilité, comme les labels Fairtrade (Max Havelaar), FSC et SA8000, mais aussi à des codes éthiques propres aux entreprises. Les codes éthiques des acheteurs sont plus répandus que les certifications ou les labels émis par des organisations tierces dans le secteur des ballons de sport.

On peut répartir les différentes normes et initiatives axées sur la durabilité dans la production de ballons de sport en différentes catégories :

Normes et initiatives axées sur la durabilité	Exemples
Initiatives locales dans les pays producteurs	Accord d'Atlanta
Initiatives sectorielles	Code d'éthique de la WFSGI, certification « Approuvé par la FIFA », etc.
Normes générales en matière de durabilité	SA8000, code d'éthique de la BSCI, ISO26000, label Fairtrade et certification FSC
Codes d'éthique des acheteurs	Nike, Adidas, Derbystar, Mitre, Intersport

Les principaux aspects pris en considération par ces normes concernent le travail des enfants, la discrimination, les salaires minimum, les heures de travail, les considérations liées à la santé et à la sécurité et les aspects environnementaux. Lorsque l'on compare la part d'acheteurs appliquant un code éthique, durable dans l'UE, les principaux pays concernés sont la Suède, le Danemark, les Pays-Bas, l'Allemagne et le Royaume-Uni.

> PRESCRIPTIONS LEGALES

Les prescriptions légales portent essentiellement sur les exigences relatives aux produits, dès lors que l'UE n'est pas en mesure d'imposer des obligations juridiques aux processus de production. Les principaux aspects des prescriptions légales relatives aux ballons de sport concernent la santé et la sécurité du consommateur, ainsi que des considérations environnementales. Concrètement, ces prescriptions débouchent sur une liste de substances interdites dans les produits de consommation commercialisés dans l'UE.

> PRODUCTION

PRODUCTION MONDIALE

Les cinq premiers pays producteurs de ballons de sport sont, par ordre de part de marché, la Chine (68 %), le Pakistan (13 %), la Thaïlande (7 %), l'Inde (5 %) et le Vietnam (2 %). Ces dix dernières années, le Pakistan a perdu sa position de premier producteur au profit de la Chine, suite à la croissance rapide de la production mécanique de ballons au détriment des produits faits à la main. On estime à 20 % la part de ballons de sport dans le monde qui sont encore cousus à la main et sur ces 20 %, 70 % sont produits au Pakistan, qui reste donc le premier producteur de ballons de sport cousus à la main.

PRODUCTION EUROPÉENNE

La production européenne de ballons de sport est très faible et ne concerne que deux pays, à savoir la Hongrie et l'Italie. En effet, le coût de la main-d'œuvre plus élevé en Europe est l'une des raisons pour lesquelles on a tendance à délocaliser la production dans des pays à faible coût.

> CONSOMMATION

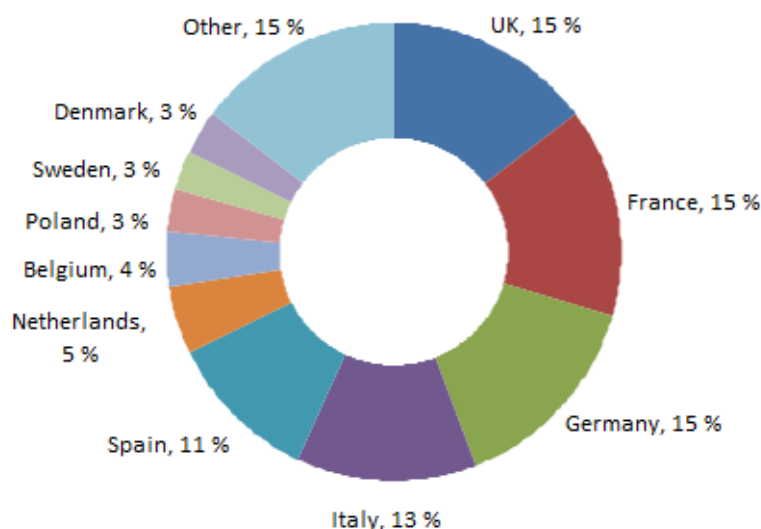
CONSOMMATION MONDIALE

On estime à 60 millions environ le nombre de ballons vendus chaque année dans le monde, les deux tiers étant composés de ballons de football. En 2009, environ 118 000 ballons de sport portant le label « Fairtrade » ont été vendus, une baisse de 16 % par rapport à 2008. Cela veut dire que moins de 0,2 % des ballons de sport vendus portaient ce label.

CONSOMMATION DANS L'UE

La valeur de la consommation d'articles de sport dans l'UE s'élevait environ à 38,6 milliards € en 2009, ce qui équivaut à une croissance de 3 % par rapport à 2008. L'illustration 1 donne un aperçu des parts de marché estimées pour la consommation de ballons de sport dans l'UE.

Illustration 3.4 Part de marché estimée de la consommation de ballons de sport, principaux pays de l'UE, 2009, en %



Source : Eurostat Prodcom and Facts Figures Future (2010)

La consommation de ballons de sport portant le label «Fairtrade» dans l'UE est nettement plus faible que la consommation de ballons de sport durables. La première représente, dans la plupart des pays de l'UE, moins de 1 % de la consommation totale de ballons de sport, la Suède faisant exception. La Suède est le premier consommateur de ballons de sport issus du commerce équitable dans l'UE. Elle est suivie du Royaume-Uni, de l'Allemagne et des Pays-Bas.

Plusieurs facteurs peuvent influencer la consommation de ballons de sport : les manifestations sportives, le lobbying, la durabilité, la santé et le rapport qualité/prix. Lors d'importantes manifestations sportives, comme la Coupe du monde de Football, la demande de ballons de sport augmente, en particulier dans le pays organisateur. Les producteurs de ballons de sport ont par conséquent tout intérêt à suivre les manifestations sportives importantes prévues dans l'UE, comme le Championnat d'Europe de football féminin en 2011 (en Allemagne) et le Championnat d'Europe de football en 2012 (en Pologne et en Ukraine).

CONSOMMATION BELGE

La valeur de la consommation d'articles de sport pour les sports d'équipe en Belgique s'élevait environ à 82 millions € en 2008. Le football en salle est la discipline qui compte le plus de clubs sportifs, suivi du football classique, du volley-ball et du basket-ball.

On estime à plus de 60 % la part des importateurs belges de ballons de sport disposant d'un code d'éthique. En ce qui concerne la consommation de ballons de sport portant le label «Fairtrade», 2 350 produits de ce type sont vendus chaque année en Belgique, dont 15 % portent également le label FSC. Même si l'intérêt pour le commerce équitable est en hausse en Belgique, le marché des ballons de sport équitables représente encore moins de 1 % du marché total des ballons de sport et le marché des ballons portant le label FSC est encore plus petit.

> IMPORTATIONS

IMPORTATIONS DANS L'UE

La valeur totale des importations dans l'UE de ballons de sport dépassait les 351 millions € en 2009 et la région absorbe environ 40 % des importations mondiales de ballons de sport. Près de 80 % des importations de ballons de sport dans l'UE se composent de ballons de sport à gonfler. Les 20 % restants se composent d'autres ballons. L'Allemagne est le premier importateur de ballons de sport : près de 20 % des ballons de sport importés dans l'UE le sont par l'Allemagne. Le tableau 1 présente les dix premiers pays importateurs de ballons de sport dans l'UE.

Tableau 1 Les dix premiers pays importateurs de ballons de sport dans l'UE, 2001-2010, en millions d'euros

Importateurs	2001	2005	2006	2007	2008	2009	T1+T2 2010	TCAC 2005- 2009	TCAC T1+T2 2009- 2010
Monde	855.6	935.9	1,068.0	958.1	1,011.4	882.3	n.a.	-1%	n.a.
UE	255.6	373.4	455.0	394.7	431.5	351.1	255.4	-2%	24%
Allemagne	43.5	66.3	91.7	64.5	79.3	64.9	46.4	-1%	20%
France	36.3	42.2	49.8	54.0	47.2	48.0	32.5	3%	22%
Royaume-Uni	38.7	51.9	60.8	52.7	50.6	45.2	34.5	-3%	51%
Belgique	21.3	38.1	38.3	33.4	35.2	33.4	17.5	-3%	-2%
Italie	21.4	28.4	34.4	28.8	37.0	29.0	19.1	1%	20%
Espagne	19.7	27.5	35.6	32.8	34.6	23.2	17.0	-4%	56%
Pays-Bas	14.0	43.1	49.6	32.5	34.4	22.0	21.4	-15%	70%
Danemark	9.3	11.9	12.6	13.8	13.8	13.9	8.2	4%	18%
Pologne	8.9	9.2	10.4	10.8	13.6	12.1	7.3	7%	-1%
Suède	8.0	8.7	10.3	9.1	8.9	8.4	6.3	-1%	21%

Source : Trademap (2010)

* Taux de croissance annuel composé

Même si la récession mondiale a incontestablement affecté les importations de ballons de sport dans l'UE, les chiffres récents pour les deux premiers trimestres de 2010 font apparaître un fort taux de croissance des importations dans beaucoup de pays de l'UE. Cette croissance s'explique non seulement par la reprise économique, mais aussi par la Coupe du monde de football 2010 en Afrique du Sud, qui a relancé les importations de ballons de sport.

PRINCIPAUX FOURNISSEURS DE L'UE

Avec une part de marché de 38 %, la Chine est le premier fournisseur de ballons de sport dans l'UE. Elle est suivie du Pakistan, avec 19 %. Viennent ensuite la Belgique et l'Allemagne (6 % tous les deux), mais étant donné qu'aucun de ces pays ne produit lui-même ce type d'articles, ils ne font que réexporter les ballons qu'ils importent de pays en développement.

IMPORTATIONS BELGES

La valeur totale des importations belges de ballons de sport avoisinait les 33,5 millions € en 2009. Cela représente une part de marché de 9 % des importations totales dans l'UE de ballons de sport, faisant de la Belgique le quatrième importateur de ballons de sport dans l'UE. La Chine était le premier fournisseur de ballons de sport pour la Belgique, avec 62 %, suivie du Pakistan (14 %), des Pays-Bas (5 %), de la Thaïlande (4 %) et de la France (3 %).

> EXPORTATIONS

EXPORTATIONS MONDIALES

Les exportations de ballons de sport dans le monde sont dominées par la Chine, puisque plus de la moitié des ballons de sport sont exportés par ce pays. Vient ensuite le Pakistan, avec une part de marché de 10 %. La récession économique mondiale a clairement affecté les exportations de ballons de sport et tous les pays, ou presque, ont connu une forte baisse de leurs exportations en 2009 par rapport à 2008. Les derniers chiffres indiquent que le marché s'est déjà redressé en 2010.

Aujourd'hui, les seuls producteurs de ballons de sport portant le label «Fairtrade» se situent au Pakistan. Le label estime à 8 % environ la part de la production pakistanaise de ballons équitables. Cette part est par conséquent encore très faible et elle représente assurément moins de 1 % de l'ensemble des exportations de ballons de sport.

EXPORTATIONS EUROPÉENNES

Le commerce de transit joue un rôle important dans le commerce de ballons de sport dans l'UE, puisqu'il est à l'origine de l'ensemble ou presque des exportations des pays de l'UE étant donné la quasi-disparition de la production de ballons de sport dans la région. En termes de volume, les principaux pays de transit pour les importations en provenance de pays tiers sont la Belgique, l'Allemagne, l'Italie, les Pays-Bas, la France, le R.-U., l'Espagne et le Danemark.

EXPORTATIONS BELGES

L'Allemagne et les Pays-Bas étaient les premiers exportateurs dans l'UE jusqu'en 2007. Cependant, depuis que le flux commercial a cessé de transiter par le port de Rotterdam au profit du port d'Anvers, la Belgique est devenue l'exportateur le plus important dans l'UE. La Belgique (ré)-exporte essentiellement vers d'autres pays de l'UE (en particulier la France, l'Italie et l'Espagne).

> **CIRCUITS COMMERCIAUX**

CIRCUITS COMMERCIAUX DANS L'UE

Les principaux canaux de distribution pour les ballons de sport dans l'UE et en Belgique sont les multinationales (comme Adidas et Nike, mais aussi des marques régionales), les importateurs/grossistes en articles de sport et les chaînes de détaillants spécialisées dans les articles de sport. Beaucoup de chaînes de détaillants non spécialisées, comme les supermarchés, les hypermarchés et les grands magasins, proposent aussi des ballons de sport dans leurs rayons. En ce qui concerne les ballons de sport équitables/FSC/durables, les importateurs de produits équitables spécialisés sont eux aussi un canal de distribution important.

Multinationales

Le marché des ballons de sport est dominé par les marques célèbres, qui concluent souvent des accords de parrainage à long terme avec des clubs de sport professionnels et amateurs. Les ballons de sport sont en général distribués par un intermédiaire, comme des importateurs d'articles de sport ou des chaînes de détaillants spécialisés dans ce domaine. Il est très difficile pour les marques inconnues de s'interposer dans ces accords à long terme.

Importateurs/grossistes en articles de sport

Les importateurs/grossistes en articles de sport proposent en général divers produits dans leur assortiment et ne se limitent pas aux ballons de sport. Certains privilégient les marques connues, tandis que d'autres vendent surtout des produits vendus sous la marque du distributeur. Leurs clients sont généralement des chaînes de détaillants, des écoles et des clubs sportifs.

Importateurs spécialisés

Les importateurs spécialisés sont des importateurs qui se spécialisent dans les produits équitables et bio. La plupart d'entre eux proposent toute une série de produits différents dans leur assortiment, parmi lesquels des ballons de sport équitables/portant le label FSC. Leurs clients sont généralement des particuliers et des entreprises.

Chaînes de détaillants en articles de sport

Dans la plupart des pays, les chaînes de détaillants en articles de sport sont le principal canal utilisé pour atteindre le consommateur. Certaines vendent aussi leurs produits à des clubs de sport et à des écoles, mais la situation varie d'un pays à l'autre. Les chaînes de détaillants en articles de sport vendent généralement des ballons de sport portant la marque du distributeur. Certaines chaînes dans l'UE vendent depuis peu des ballons de sport équitables commercialisés sous leur propre marque.

Chaînes de détaillants non spécialisées

Les principaux clients des chaînes de détaillants non spécialisées sont des consommateurs. Tandis que certaines travaillent avec des importateurs situés dans leur pays, d'autres ont décidé d'importer elles-mêmes leurs articles.

> **PRIX ET ÉVOLUTION DES PRIX**

PRIX DES IMPORTATIONS DANS L'UE

Les prix à l'importation ont légèrement fluctué entre 2005 et 2009, mais ils sont restés relativement stables dans l'UE. Le prix à l'importation des ballons de sport équitables/portant le label FSC ne devrait pas être plus élevé que celui des autres types de ballons de sport. Cependant, compte tenu des coûts de production plus élevés, il y a tout lieu de penser que leurs prix à l'importation sont légèrement plus élevés que celui des ballons classiques.

PRIX DE DÉTAIL DANS L'UE

Le prix de détail des ballons de sport varie généralement entre 20 € et 70 €. Le prix de détail des ballons de sport équitables/portant le label FSC sont plus bas que ceux des ballons classiques. Cette différence est en partie liée à la valeur des marques; les ballons de sport équitables et portant le label FSC ne portent généralement pas de marque et sont par conséquent vendus à des prix relativement faibles.

> **PROMOTION**

Beaucoup d'importateurs européens de ballons de sport ont trouvé leurs fournisseurs dans le cadre de manifestations commerciales. Il est par conséquent fortement recommandé de participer à des manifestations commerciales axées sur les articles de sport en tant que visiteur ou qu'exposant. La foire commerciale internationale la plus importante dans l'UE pour les articles de sport est l'ISPO à Munich, en Allemagne. La foire commerciale internationale la plus importante dans l'UE pour les articles issus du commerce équitable est le Salon européen de commerce équitable à Lyon, en France. L'affiliation à des associations de promotion des échanges et de commerce équitable est elle aussi un outil promotionnel important.

> **VERS UN COMMERCE ÉQUITABLE ET DURABLE DE BALLONS DE SPORT**

Depuis la signature de l'Accord d'Atlanta au Pakistan en 1997, de plus en plus d'organisations non gouvernementales et d'entreprises s'intéressent aux questions éthiques dans le secteur des ballons de sport. Plusieurs systèmes de garantie et autres réglementations visant à protéger les droits des travailleurs s'avèrent cependant inefficaces et manquent de transparence.

Le commerce équitable est l'un des réseaux les plus importants dans le domaine des ballons de sport produits dans des conditions éthiques. Dans certains cas, les codes éthiques des acheteurs peuvent produire des résultats similaires. Les normes appliquées par les fédérations sportives sont en général encore limitées au seul aspect de la qualité du produit.

S'ils souhaitent garder une position concurrentielle sur le marché international, les producteurs de ballons de sport doivent adapter leurs processus de production et leurs conditions de travail aux codes éthiques des acheteurs.

Les importateurs peuvent avoir une grande influence sur l'amélioration de la durabilité dans la chaîne d'approvisionnement en formulant leurs propres codes éthiques.