Sous embargo jusqu'au 4 novembre à 16 h 00 CET

L'industrie mondiale des articles de sport s'unit pour aider la prochaine génération à bouger davantage

Les principales entreprises mondiales du secteur des articles de sport s'engagent à aider la prochaine génération à être plus active, alors que de nouvelles données de l'OMS montrent que 86 % des adolescents n'atteignent toujours pas les niveaux d'activité physique recommandés.

Berne, le 4 novembre 2026 – 84 entreprises et fédérations du secteur des articles de sport ont signé une lettre ouverte coordonnée par la Fédération mondiale de l'industrie des articles de sport (WFSGI), dans laquelle elles s'engagent à redoubler d'efforts pour aider davantage de jeunes à profiter tout au long de leur vies bienfaits du sport, de l'activité physique et du mouvement.

Cette lettre fait suite à la publication aujourd'hui, par l'Organisation mondiale de la santé (OMS) dans *la revue The Lancet*, de nouvelles données mondiales sur l'activité physique, qui mettent en évidence l'ampleur du défi auquel sont confrontés les jeunes à travers le monde.

Les résultats montrent que 86 % des adolescents n'atteignent pas les niveaux d'activité recommandés, tandis qu'environ un adolescent sur quatre (240 millions de jeunes âgés de 11 à 17 ans) déclare ne pratiquer aucune activité physique au cours d'une semaine type. Les filles demeurent moins actives que les garçons dans toutes les régions du monde. Sachant que l'inactivité physique constitue l'un des principaux facteurs de risque des maladies non transmissibles, qui représentent 75 % des décès dans le monde, il est essentiel d'aider les jeunes à développer l'habitude de pratiquer un sport, une activité physique et ou tout autre forme de mouvement.

Parmi les signataires figurent notamment adidas, ASICS, Bauer, Decathlon, New Balance et Nike, qui rejoignent ainsi un total de 84 associations, fabricants, marques et détaillants de l'industrie mondiale des articles de sport issus de l'ensemble de la chaîne de valeur mondiale de ce secteur.

Une réponse collective de l'industrie face à un défi commun

Cette lettre ouverte reflète une prise de conscience croissante au sein de l'industrie des articles de sport : lever les obstacles et faciliter la pratique d'une activité physique par les jeunes est non seulement essentiel pour la santé publique, mais aussi pour l'avenir du sport lui-même.

Les entreprises signataires reconnaissent que, malgré les investissements importants réalisés dans les programmes de terrain, les initiatives communautaires, le parrainage d'athlètes et les campagnes de participation, les derniers résultats de l'OMS démontrent qu'une action collective plus ciblée est nécessaire, en particulier pour atteindre les jeunes les moins actifs et réduire les écarts persistants en matière de participation.

Aucune entreprise ne peut à elle seule inverser la tendance. Toutefois l'industrie des articles de sport occupe est idéalement placée pour mener la réponse, grâce à son rayonnement, son influence et sa crédibilité, pour 'inspirer et encourager l'activité à grande échelle.

Selon *«The Industry That Moves the World»*, le nouveau rapport sur l'impact économique de la WFSGI réalisé en collaboration avec Oliver Wyman, le secteur génère environ 675 milliards de dollars de chiffre d'affaires annuel et soutient 28 millions d'emplois à l'échelle mondiale.

« Notre plus grand concurrent, est l'inactivité. Notre plus grande opportunité, est la participation,» a déclaré **Emma Zwiebler, directrice générale de la WFSGI**. *« Les dernières données de l'OMS montrent pourquoi nous ne pouvons pas rester les bras croisés. En tant qu'industrie, nous avons la portée, l'expertise et l'opportunité d'aider à impulser le changement. Cette lettre est un engagement à travailler ensemble, ainsi qu'avec des partenaires publics et privés, au sein et au-delà de l'écosystème sportif. Si les gouvernements, l'industrie et la société souhaitent réellement créer des populations plus saines et plus actives, nous devons nous engager avec la même détermination à aider les jeunes, en particulier les moins actifs, à bouger, jouer et s'épanouir. »*

Javier López, PDG de Decathlon, poursuit *:*

"*Les dernières conclusions de l'OMS renforcent l'urgente nécessité d'accélérer face à l'inactivité physique des jeunes. Chez Decathlon, nous nous engageons continuellement à comprendre et à lever les freins à l'activité physique ainsi qu'à l'adoption d'un mode de vie actif. Garantir le bien-être de notre jeunesse est une responsabilité collective exigeant une collaboration cross-sectorielle, afin que chaque enfant et chaque adolescent puisse profiter des bienfaits du sport tout au long de sa vie*."

Quatre engagements communs

À travers cette lettre ouverte, les signataires s'engagent à :

1. Mettre en œuvre des initiatives visant à accroître la participation des jeunes, à réduire les inégalités entre les sexes et à atteindre les adolescents les moins actifs.
2. Partager les bonnes pratiques et les solutions fondées sur des preuves grâce à une collaboration au sein de l'industrie des articles de sport et au-delà.
3. Travailler en partenariat avec des acteurs mondiaux, régionaux et nationaux capables de transformer les systèmes et les environnements qui influencent l'activité physique des adolescents.
4. Renforcer leur collaboration avec les gouvernements afin de plaider en faveur d'une meilleure cohérence entre les politiques de santé, d'éducation, de sport, de commerce et d'aménagement urbain.

Collectivement, ces engagements visent à renforcer la collaboration entre l'industrie, les gouvernements, les établissements scolaires, les professionnels de santé et les organisations sportives afin de garantir à chaque jeune un accès équitable à des opportunités d'activité physique, de sport et de mouvement qui soient sûres, abordables et stimulantes.

Les leaders du secteur s'unissent pour faire bouger la prochaine génération

Vanessa Garcia-Brito, vice-présidente et directrice de l'impact chez NIKE, Inc. *– « Les nouvelles données de l'OMS nous rappellent qu'un trop grand nombre de jeunes à travers le monde ne bénéficient pas de l'activité physique dont ils ont besoin pour s'épanouir – les filles*

étant plus susceptibles que les garçons de ne passer aucune journée active, un fait que notre secteur connaît bien et que nous nous efforçons de faire évoluer aux côtés de nos pairs de la WFSGI. Nous devons agir dès maintenant, de toute urgence, pour rendre le sport et le jeu plus accessibles, plus ludiques et plus accueillants pour tous. Chez Nike, nous travaillons avec nos collaborateurs, nos athlètes, les associations locales, des experts et des entraîneurs pour créer un avenir du sport chez les jeunes qui soit accessible, ludique et inclusif, où chaque jeune, et particulièrement chaque fille, a le sentiment d'avoir sa place. »

Gary Raucher, directeur mondial du marketing et membre du comité de direction chez ASICS – *« Notre rapport sur la "Conservation du Mouvement" montre comment la vie moderne élimine insidieusement l'activité physique de notre quotidien. Les nouvelles données de l'OMS sur l'inactivité physique chez les jeunes, publiées aujourd'hui, montrent à quel point ce phénomène touche particulièrement les jeunes. L'activité physique est essentielle non seulement pour notre corps, mais aussi pour notre santé mentale, une conviction qui guide ASICS depuis plus de 75 ans. Mais aucune marque ne peut relever ce défi à elle seule. C'est pourquoi ASICS se mobilise aux côtés de l'ensemble de l'industrie. »*

Mary-Kay Messier, directrice marketing chez Bauer Hockey – *« Le sport contribue à la santé, la confiance en soi, aux amitiés et à un sentiment durable d'appartenance. Le recul de l'activité physique chez les jeunes exige que l'on agisse. Bauer collabore depuis longtemps avec les responsables communautaires pour permettre à davantage d'enfants de pratiquer le hockey. Grâce à la WFSGI, nous pouvons mettre en commun la portée et les ressources de notre secteur afin de supprimer les obstacles et créer davantage d'opportunités de pratique. Alors que Bauer s'apprête à fêter son 100e anniversaire, le pouvoir du jeu restera au cœur de toutes nos actions.»*

Rapport de l'OMS : Une génération laissée pour compte

L'analyse de l'OMS s'appuie sur les données issues de 389 enquêtes démographiques menées dans 140 pays et territoires, représentant plus de 3,2 millions d'adolescents âgés de 11 à 17 ans.

À l'échelle mondiale, un adolescent sur quatre a déclaré n'avoir pratiqué aucune activité physique au cours de la semaine précédente, soit environ 240 millions de jeunes.

Ces nouvelles données remplacent les précédentes estimations mondiales, qui indiquaient qu'en 2016, 81 % des adolescents n'atteignaient pas les objectifs recommandés en matière d'activité physique.

Réduire l'écart entre les filles et les garçons

Ces nouvelles données mettent en évidence un écart persistant entre les sexes dans toutes les régions du monde 28 % des filles ont déclaré n'avoir eu aucun jour d'activité physique au cours d'une semaine type, contre 22 % des garçons.

Conscients que les obstacles à la participation sont souvent différents pour les filles, les signataires se sont engagés à partager leurs connaissances et à explorer des approches permettant à davantage de filles de rester engagées dans le sport et l'activité physique, notamment grâce à l'accès à l'équipement, à des espaces sécurisés, à l'encadrement sportif et à des programmes scolaires adpatés.

Prochaines étapes

La lettre ouverte reste ouverte à l'adhésion des entreprises de l'ensemble de la chaîne de valeur des articles de sport, notamment les fabricants, les marques et les détaillants.

Les entreprises souhaitant soutenir cette initiative peuvent contacter Caroline Brooks, responsable de l'activité physique au sein de la WFSGI, à l'adresse cbrooks@wfsgi.org. L'objectif est simple : rassembler davantage d'organisations autour d'un effort commun visant à garantir que la prochaine génération puisse pleinement bénéficier, tout au long de sa vie des bienfaits du sport, de l'activité physique et du mouvement.

La lettre dans son intégralité ainsi que la liste des 84 signataires sont disponibles ICI

##FIN##

Notes à l'attention des rédacteurs

- Les données sur l'activité physique des adolescents proviennent de l'Organisation mondiale de la santé et de la revue The Lancet, publiées le 4 novembre 2026 – voir les deux liens ci-dessous :
- Strain T, Flaxman SR, Ricardo LIC, Guthold R, Riley LM, Cowan M, et al. Tendances nationales, régionales et mondiales en matière d'activité physique chez les adolescents de 2010 à 2025 : une analyse groupée de 389 enquêtes portant sur 3,2 millions de participants issus de 140 pays. Lancet Global Health. 2026 ; https://doi.org/10.1016/j.langlo.2026.104099
- Rapport de l'OMS : « Une génération laissée pour compte : tendances mondiales en matière d'activité physique chez les adolescents, 2010-2025 ». Genève : Organisation Mondiale de la Santé ; 2026. https://doi.org/10.2471/B09945
- Les chiffres relatifs au secteur proviennent du rapport « The Industry That Moves the World » (WFSGI et Oliver Wyman, septembre 2026). economic-report.pdf
- La lettre ouverte, la liste des signataires et les visuels de lancement sont disponibles à l'adresse suivante: https://wfsgi.org/news-events/open-letter-youth-inactivity/https://wfsgi.org/news-events/open-letter-youth-inactivity/%20 Date d'embargo : 4 novembre 2026 à 16 h 00 CET
- Porte-paroles disponibles pour des interviews : Emma Zwiebler, PDG de la WFSGI ; Gary Raucher, directeur mondial du marketing et membre du comité de direction chez ASICS
- La WFSGI, en collaboration avec SGI Europe, organise le 12 novembre 2026 un webinaire intitulé « Politique, participation et prospérité : pourquoi le secteur des articles de sport est important », au cours duquel les nouvelles données de l'OMS sur l'inactivité physique chez les jeunes seront abordées. Inscrivez-vous ici.

À propos de la WFSGI

La Fédération mondiale de l'industrie des articles de sport (WFSGI) est la fédération mondiale représentant le secteur des articles de sport. Ses plus de 150 entreprises membres, parmi lesquelles figurent des marques, des fabricants et des détaillants, représentent environ 70 % du chiffre d'affaires mondial des articles de sport. La WFSGI rassemble les acteurs du secteur afin

de coordonner leurs efforts, de défendre leurs intérêts et d'agir sur les priorités qui façonnent son avenir, du commerce à la durabilité en passant par l'activité physique. Il s'agit de la seule organisation du secteur privé à bénéficier du statut de « relations officielles » auprès de l'Organisation mondiale de la Santé.

Contact presse

Linda Murphy, responsable de la communication de la WFSGI : lmurphy@wfsgi.org