

SURF PANORAMA

L'enquête surf 2026

EURO
SIMA



Quelques études menées par l'UESC



Un contenu exclusif

Une étude complète réservée aux adhérents UESC-NA uniquement

Vous ne trouverez ici qu'un extract de l'étude « Surf Panorama ». Voici un aperçu, non exhaustif, des thématiques abordées par l'étude, réservée aux adhérents UESC-NA.

La pratique

LES HABITUDES DE PRATIQUE

- Fréquence de pratique
- Partenaires de pratique
- Autres pratiques sportives
- Stance
- Déplacement au lieu de pratique

LA CONSOMMATION DE CONTENUS

- Médias utilisés
- Réseaux sociaux & sites web & magazines préférés
- Contenus recherchés
- Marques préférées
- Les évènements surf

LES VOYAGES

- Propension au voyage surf
- Destinations préférées
- Critères de choix des destinations
- Organisation du voyage / prestataire utilisé

La consommation

LES PLANCHES

- Nombre de planches possédées
- Critères de choix
- Prix moyen
- Marques préférées
- Lieu d'achat

DERIVES, GRIPS, LEASHS et WAX

- Nombre de dérives et grips possédés
- % d'usage de la wax
- Marques préférées

LES COMBINAISONS

- Fréquence de renouvellement
- Critères de choix
- Prix moyen
- Attachement à la marque
- Marques préférées
- Lieu d'achat

BIKINI ET BOARDSHORTS

- Critères de choix
- Prix moyen
- Marques préférées
- Lieu d'achat

TRANSITION ECOLOGIQUE

- Attentes clients
- Sensibilité aux labels
- Eco-gestes
- Consentement au surcoût pour un produit éco-conçu & évaluation du montant

Sommaire

Après un rappel méthodologique, vous retrouverez les principaux résultats de l'étude au sein des 2 parties ci-contre

Table des matières

01

De la vague aux écrans, comment se vit le surf aujourd'hui ?

- Les habitudes de pratique
- La culture surf

02

La consommation produit

- Les planches
- Le vestiaire textile
- La transition écologique

MÉTHODOLOGIE

Une enquête auprès d'un panel robuste

Echantillon

2300

surfeurs.surfeuses

interrogé.es

| Plus de 16 ans uniquement

| 34% licenciés FFSurf

Date du terrain

Questionnaire online du 26 février
au 25 avril 2026

Promotion

Réalisée en partenariat avec Surf Session
et la Fédération Française de Surf

Notre échantillon

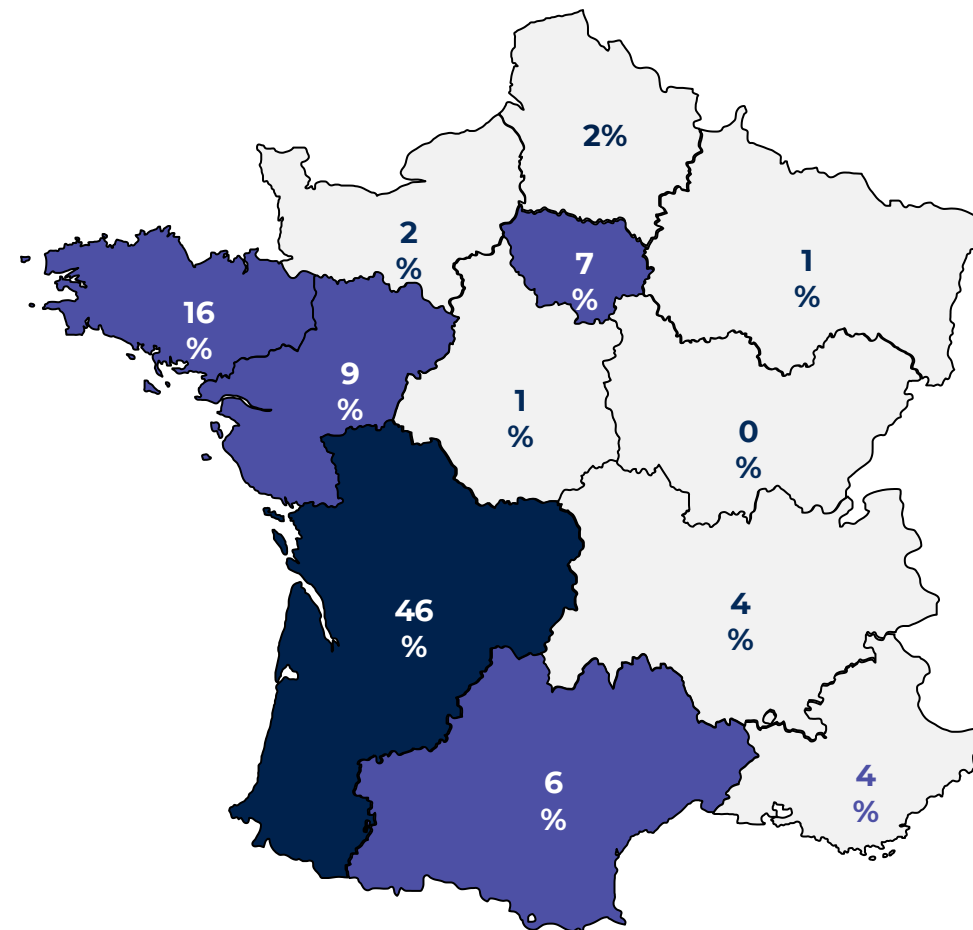
Un échantillon de core surfeurs expérimentés

69% Sont des hommes
+20 pts vs moyenne pratiquants

30% Ont moins de 35 ans
+10 points vs moyenne pratiquants

60% Ont plus de 10 ans de pratique

Lieu d'habitation des surfeurs interrogés



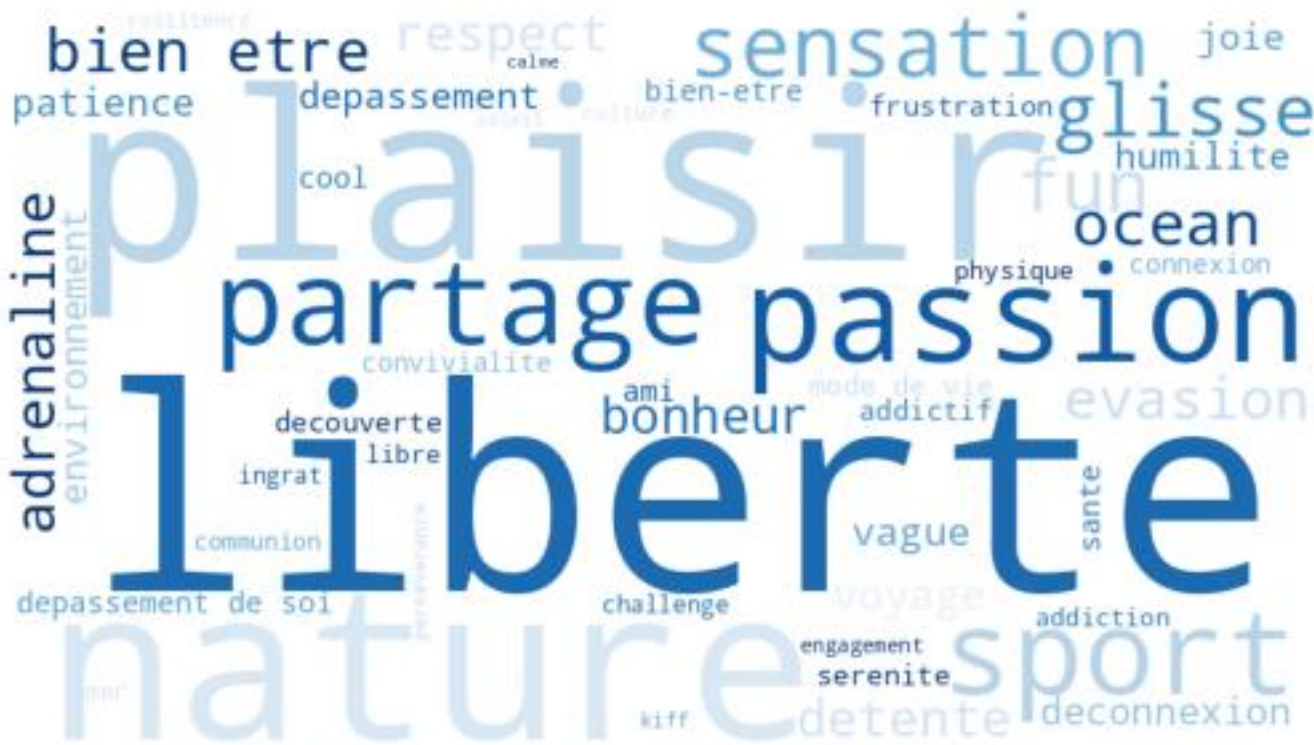
Outre mer : 1%

P1.

**DE LA VAGUE AUX ÉCRANS :
COMMENT SE VIT LE SURF
AUJOURD'HUI ?**

L'image du surf (par les surfeurs)

Un triptyque qui s'articule autour de la liberté, du plaisir et de la nature



1. Liberté, évasion	40%
2. Plaisir, sensations, fun	27%
3. Nature	23%
4. Bien-être, santé ,équilibre	
5. Passion / mode de vie	
6. Dépassement, apprentissage	
7. Partage, communauté	
8. Tensions, critiques	

1.1

Les habitudes de pratique

La fréquence de pratique

Des surfeurs engagés, qui pratiquent une grande partie de l'année

58%

Déclarent pratiquer
tout au long de l'année

Pause durant l'hiver (14%)

- | 45% chez les femmes
- | 15% chez les néo-pratiquants
- | Légère diminution avec l'âge

37%

Déclarent **pratiquer plusieurs**
fois par semaine

- | 30% chez les femmes
- | 6% chez les néo-pratiquants
- | Légère diminution avec l'âge

Le surf, un mode de vie au quotidien

Un quotidien qui s'organise autour de la pratique



71%

**Des surfeurs aménagent leur
temps de travail pour aller
surfer**

| Oui, souvent 28%
| Oui, parfois 43%
| Non, jamais 29%



46%

**Pratiquent à -10 KM
de chez eux**

| 80% à - 50km

Une pratique communautaire

Une pratique individuelle...ancrée dans le collectif

82%

Déclarent pratiquer –
occasionnellement ou de manière
systématique - le surf en groupe

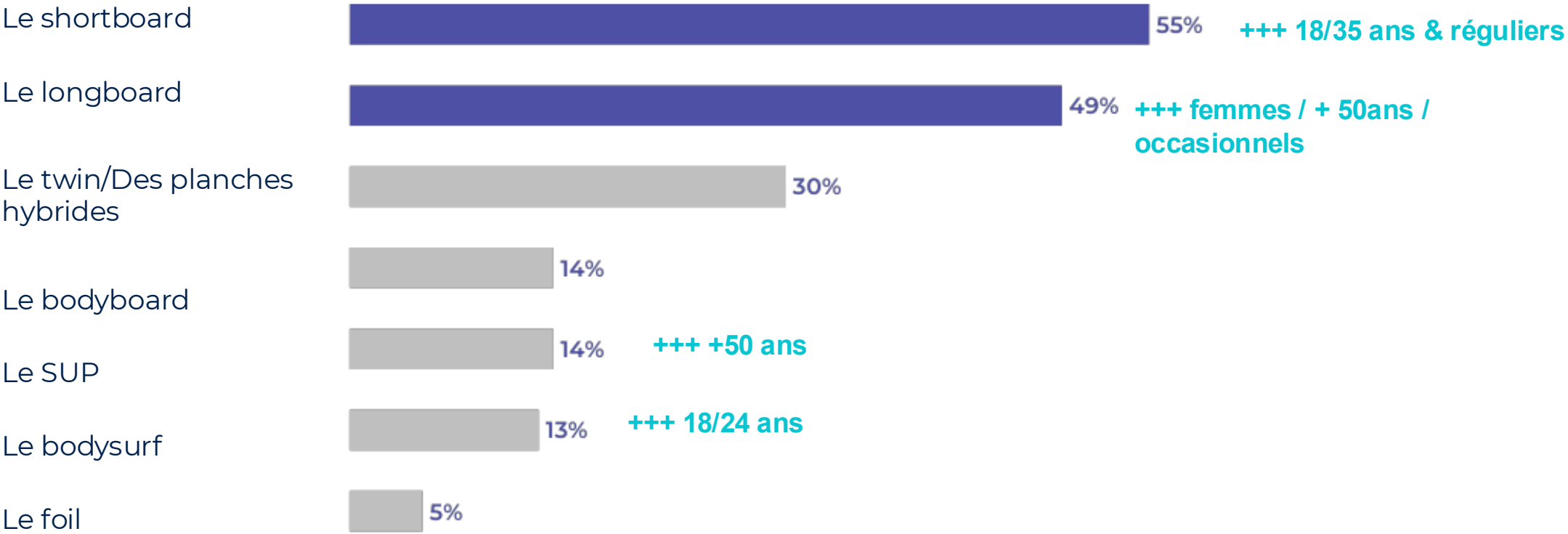
+ 10 pts chez les femmes

Avec qui pratiques-tu généralement ?	
Seul(e)	67%
En famille (conjoint, enfant,,,))	37%
Avec un ami(e)	56%
Avec un coach	15%
En groupe	28%
Avec des collègues de travail	6%

Une pratique diversifiée

2 disciplines différentes pratiquées en moyenne

Quelles disciplines pratiques-tu précisément ? Plusieurs réponses possibles



1.2

Le surf, un sport mais aussi une culture

Une pratique qui se prolonge avec la consommation de contenus

2/3 des surfeurs déclarent suivre l'actualité du surf



75%

Consultent les **réseaux**
Sociaux

| 66% sur Instagram
| 34% sur Youtube
| 25 % Facebook



49%

Consultent **sur les**
médias spécialisés
online

1. Surf Session
1. Surfer's journal
2. HotDogger



27%

Consultent les magazines
de surf papier

Le surf a ses visages et ses formats

Des contenus variés qui mettent en avant la discipline

Top 5 des comptes suivis

- 1 Les surfeuses et surfeurs professionnels
- 2 La WSL
- 3 Les médias surf
- 4 Les marques de surf
- 5 Les créateurs de contenus

Top 5 des types de contenu

- 1 Du surf d'action (photo et vidéo)
- 2 Du surf trip/voyage
- 3 Du suivi de compétition
- 4 Des images esthétiques
- 5 Des conseils

Des évènements au cœur de l'expérience du surf

Un public qui répond présent aux manifestations, et en souhaite encore davant



53 %

Se sont rendus à un évènement de surf (compétition) au cours des 12 derniers mois

| 68% de 16/24 ans
| 70% pratiquants réguliers



37%

Sont prêts à payer pour assister à un évènement surf

| 63% des 18/24 ans
Vs
26% des 55/64 ans

Le voyage, autre prolongement de la pratique

Des déplacements largement guidés par les vagues

80 %

Voyagent pour faire du surf

27 %

Voyagent exclusivement dans des destinations surfs

CLIMAT

Le critère de choix n°1 devant le prix et les découvertes culturelles

Top 5 des destinations

1

FRANCE

2

MAROC

3

INDONESIE

4

PORTUGAL

5

CANARIES

2. **CONSOMMATION**

2.1

Jamais sans mes planches

La répartition Goofy Vs Regular

Une légère majorité de Regular

Quel est ton stance ?

59%

Regular

41%

Goofy

Les planches, un équipement au cœur de la pratique

Une forte appétence pour la customisation

3

Planches
possédées en moyenne

50%

Ont déjà eu une
planche sur-mesure

| 90% par un shaper pro
ou petit atelier

69%

Seraient intéressés d'en
faire une à l'avenir (parmi
ceux qui n'en ont pas
encore fait)

| 88% chez les 16/24 ans

La planche, un achat réfléchi et récurrent

Un renouvellement régulier, guidé par les caractéristiques de design et technique

635€

Le prix moyen dépensé pour l'achat de la dernière planche de surf

2 ans

durée la plus répandue de possession d'une planche

Top 3 des contenus consultés avant l'achat

1

Shape / Design

2

Prix

3

Durabilité

Equipement spécifique : le Grip

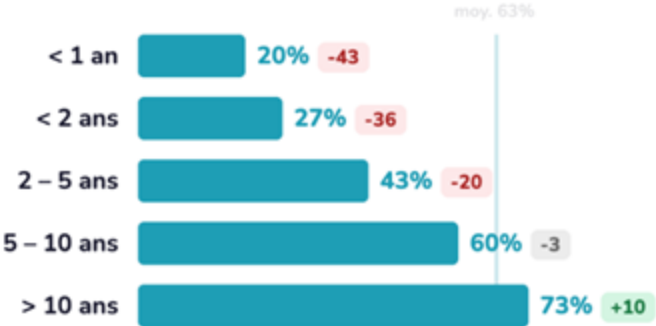
Le grip arrière est d'abord une affaire d'expérience, de fréquence de pratique et de sexe.

L'une de tes planches est-elle équipée d'un grip arrière ?
Moyenne générale : 63 % OUI

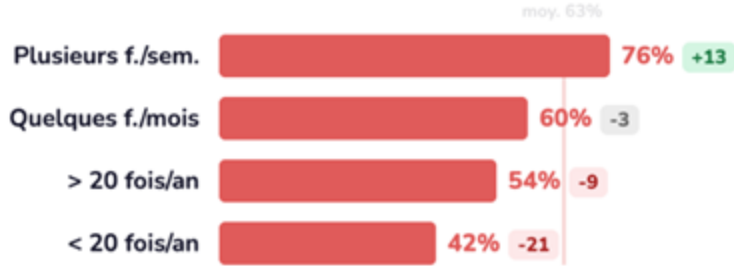
PAR SEXE



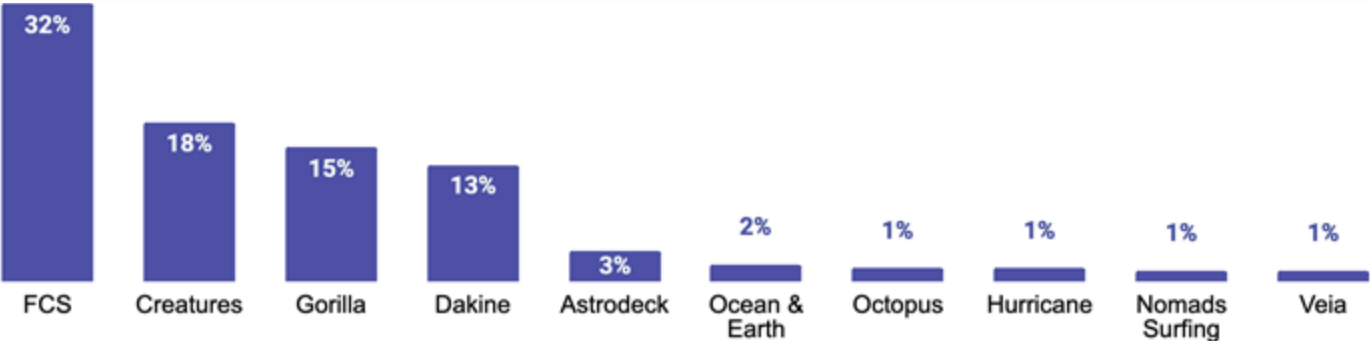
PAR ANCIENNETÉ



PAR FRÉQUENCE



TOP 10 marques



2.2

Dans le vestiaire du surfeur

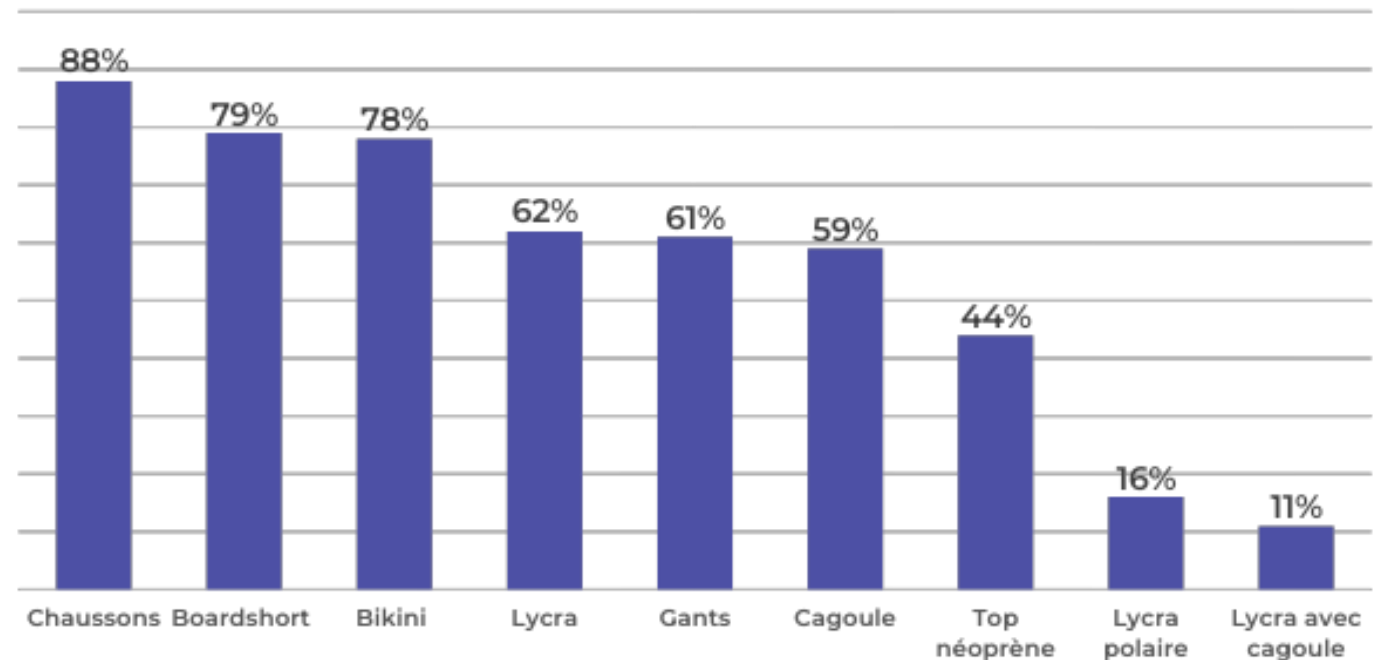
Le vestiaire des surfeurs

Le surfeur s'équipe, avec en tête les chaussons

4

Textiles différents possédés
en moyenne
(hors combinaison)

Dans ton armoire, tu possèdes également :



Les combinaisons

Un achat régulier, guidé par la qualité et la technicité

31 MOIS

(2 ans et 7 mois)

La fréquence moyenne de renouvellement des combinaisons

250€

Le prix moyen dépensé pour l'achat de la dernière combinaison

42%

Disent être fidèles à la même marque de combinaison

Top 4 des principaux critères de choix

1

Qualité

2

Prix

3

Morphologie

4

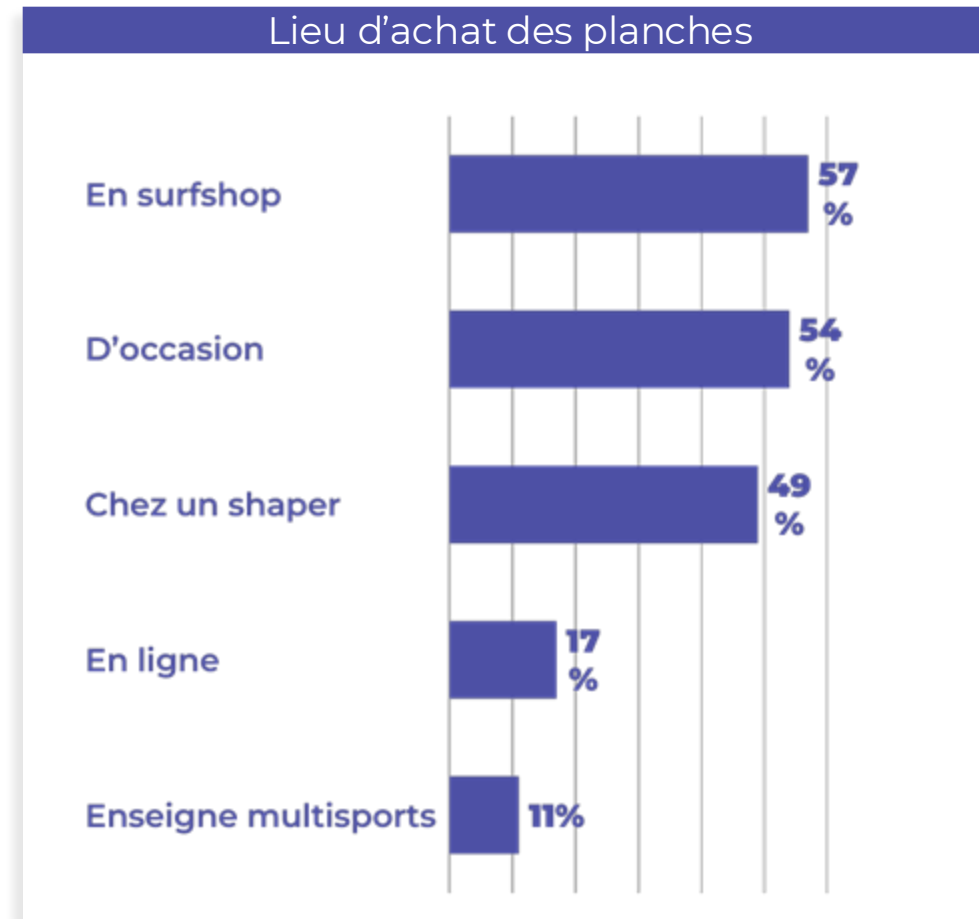
Conception écologique (25%)

2.3

Les habitudes d'achat à l'heure de la transition écologique

Les lieux d'achat

Les surfshops privilégiés, et un poids déjà important de l'occasion (notamment sur les planches)



La conscience écologique des surfeurs

La durabilité des produits est un enjeu pour les consommateurs

Par conscience écologique :

42% - Diminue l'usage de l'avion

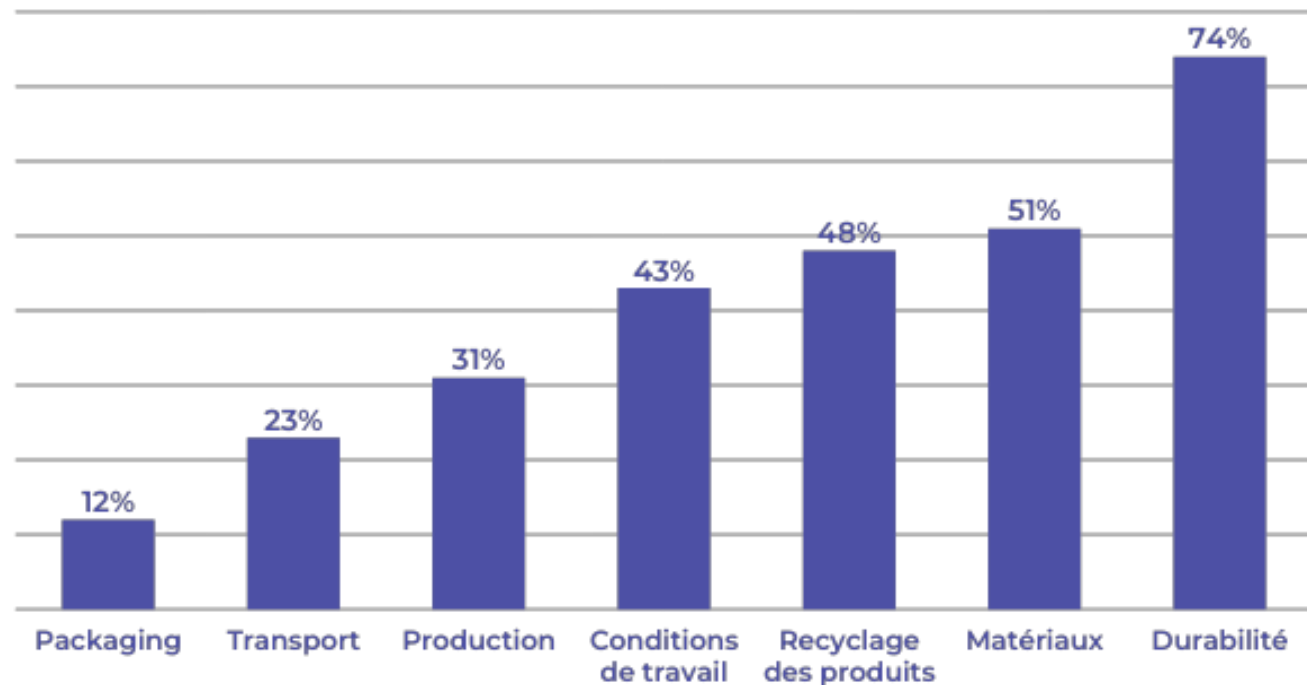
6% - arrête de prendre l'avion

40% - privilégie les vacances en France

MAIS

! 38% - rien de tout cela

Les 3 critères d'éco-conception/RSE qui t'importent le plus :



Les éco-gestes

Une sensibilité qui ne se traduit pas encore forcément entre consommation écologique



65%

Sont sensibles aux
labels/certifications comme
Bcorp, 1% for the Planet

79% femme / 59% homme



51%

Ont déjà renoncé à acheter
un produit du fait d'un effet
trop néfaste sur
l'environnement

58% femme / 48% homme



37%

Sont prêts à préférer un
produit éco-conçu à un
produit classique même s'il
offre de moins bonnes
performances techniques

MERCI !



Contact Presse :
Romain FERRAND
romain@eurosimma.com
06 82 95 41 89