

LE SPORT, UN BIEN COMMUN STRATÉGIQUE

2022
ELECTIONS



FRANCE SPORT EXPERTISE

France Sport Expertise est un groupement d'intérêt économique rassemblant des entreprises françaises de toutes tailles du secteur du sport, dans le but de développer leur positionnement sur les marchés domestiques, en France, et sur les marchés internationaux.

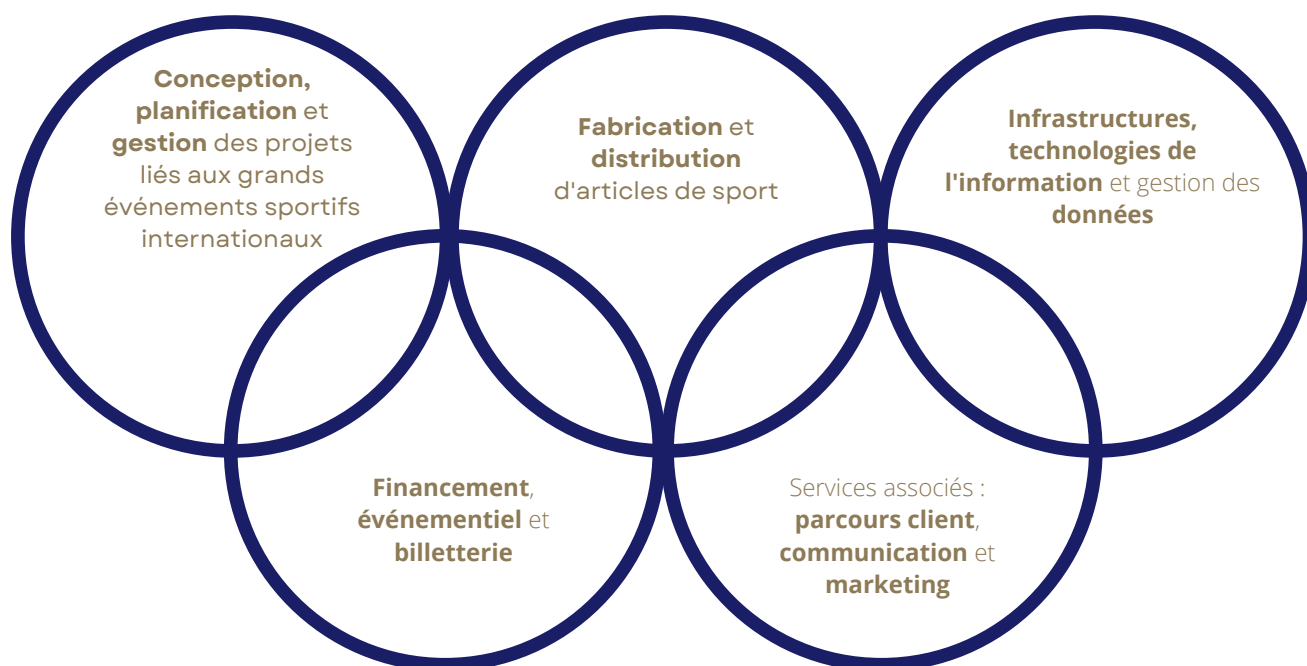
Créé en 2019 dans le cadre de la Filière de l'économie du sport et avec la bienveillance des ministères français de l'Europe et des Affaires étrangères, de l'Economie et des Finances et des Sports, le GIE France Sport Expertise est un **outil collectif purement privé et indépendant.**

Le GIE France Sport Expertise **et ses entreprises prennent toute leur place dans la stratégie incontournable de l'Héritage socioéconomique des grands événements sportifs** et participent ainsi au développement des territoires par des réalisations sportives de qualité et un engagement auprès des fédérations, des clubs et des associations.

Notre objectif est de constituer **un portefeuille de compétences**, en suscitant des groupements, afin d'accompagner et de répondre aux attentes des donneurs d'ordres domestiques et internationaux du sport sur **l'ensemble de la chaîne de valeur et du cycle de vie des opérations.**

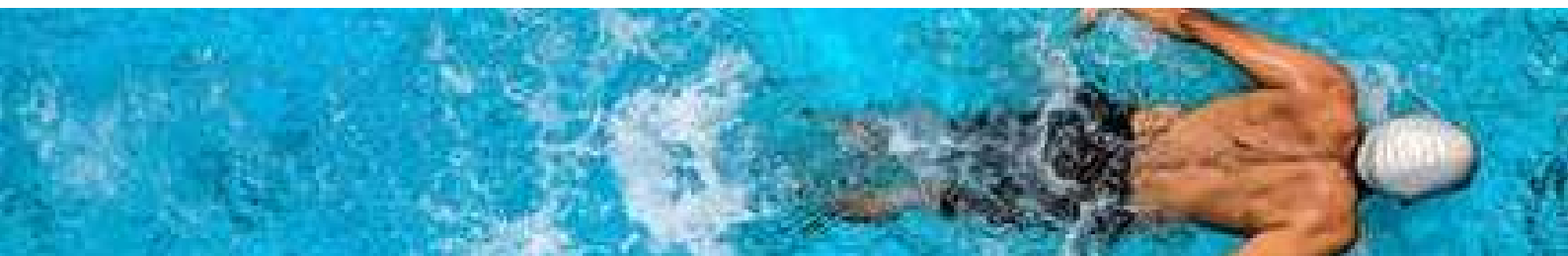
Nos entreprises proposent des solutions solides et de qualité, répondant aux défis environnementaux et sociétaux, dans un contexte mêlant sécurité accrue, gestion des flux et satisfaction des utilisateurs.

NOS EXPERTISES



Le GIE France Sport Expertise est composé d'une **trentaine d'entreprises du sport** et de secteurs connexes, souvent leaders mondiaux dans leur domaine.

Soutenu par des présidents engagés, France Sport Expertise est un moyen pour les grandes, moyennes et petites entreprises non seulement de se développer encore en France et à l'international mais aussi de participer à une stratégie **nationale collective** et de démontrer leur **implication responsable** dans leurs réalisations.



PLAIDOYER POUR LA PLEINE RECONNAISSANCE DU SPORT COMME BIEN COMMUN STRATÉGIQUE

Le GIE France Sport Expertise compte être partie prenante pour élaborer une **doctrine** afin de porter le sport haut dans l'agenda politique de nos dirigeants. A la croisée d'enjeux sociaux, économiques, environnementaux, sanitaires, sociétaux et politiques, la doctrine du sport doit ainsi être cohérente.

Ses entreprises, dans leur **raison d'être**, sont **légitimes** à prendre la parole, pour contribuer à façonner le sport en France.

La France accueillera en 2024 les **Jeux Olympiques et Paralympiques**, cent ans après les jeux de 1924.

Date clé, l'accueil des Jeux doit être une chance d'organiser la Filière Sport sur des bases rénovées afin de permettre le développement des pratiques ludiques, physiques et sportives pour toutes et tous tout au long de la vie, de consolider un mouvement sportif en grande évolution, mais aussi de structurer un secteur économique sur les marchés domestiques et internationaux.

16 à 17 millions de licenciés en fédérations, 1 Français sur 2 déclarant faire du sport de manière régulière, c'est-à-dire une fois par semaine. Ces chiffres démontrent la place du sport dans la vie des Français.

Le sport est vecteur de **valeurs**. Celle de la communauté, par l'engagement autour de la pratique du sport et l'entretien de liens durables, transcendant les clivages de toutes natures, sociaux, économiques, politiques. Le sport est ainsi un facteur de **bien-être d'une nation**.

Le sport recouvre de nombreuses dimensions susceptibles d'engager l'action des **pouvoirs publics**.

Le mode d'organisation du sport en France est marqué par une place importante de l'Etat dans la gouvernance, qui est prescripteur de l'action publique à mener. C'est dans ce rôle que l'Etat a organisé ses relations avec le mouvement sportif et les fédérations.



Ces propositions s'inscrivent dans la lignée des contributions effectuées ou à venir du mouvement sportif, par le **Comité National Olympiques Sportif Français – CNOSF** et les fédérations sportives, par les fédérations professionnelles et **syndicats patronaux** – MEDEF, CoSMoS et UNION sport & cycle ainsi que l'ensemble des associations et ONG qui font aussi le sport.

Les recommandations du GIE France Sport Expertise plaident ainsi pour un **travail commun**, entre acteurs publics, privés et associatifs, afin de constituer un socle défini pour la prochaine majorité au pouvoir.

Cette **volonté du collectif** doit être transformée en actes, pour souder le secteur et pour appuyer son rayonnement.



LES CHIFFRES CLÉS DE LA FILIÈRE SPORT

77,7 mds
euros

330 000
emplois

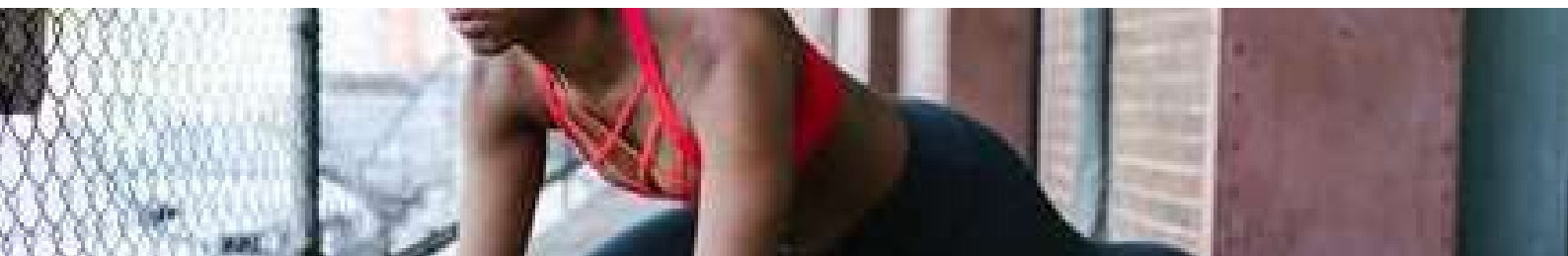
112 000
entreprises

Source : BPCE

Le sport français représente une **culture**, des **pratiques** et des **émotions** mais aussi une **économie** qui représente **77,7 milliards d'euros de chiffre d'affaires et 333 000 emplois**, dans une chaîne de valeur très diversifiée : architecture, BTP, énergie, transports, gestion des flux, sécurité, télécommunications, billetterie, restauration, événementiel, équipements et gestion des infrastructures, planification, esport, etc. et de plus en plus numérisée.

Le sport représente un outil incomparable de rayonnement d'un pays, ou soft power. La France dispose en ce domaine d'atouts uniques, qu'il faut exploiter dans une **double approche diplomatique et économique**.

Le cycle exceptionnel que nous vivons, avec des années 2023, 2024 et 2025 marquées par l'accueil de grands événements sportifs, doit permettre à la France de renforcer son expertise et développer un **réseau de compétences et de références incontournables sur la scène internationale**.



ECONOMIE DU SPORT : ETAT DES LIEUX

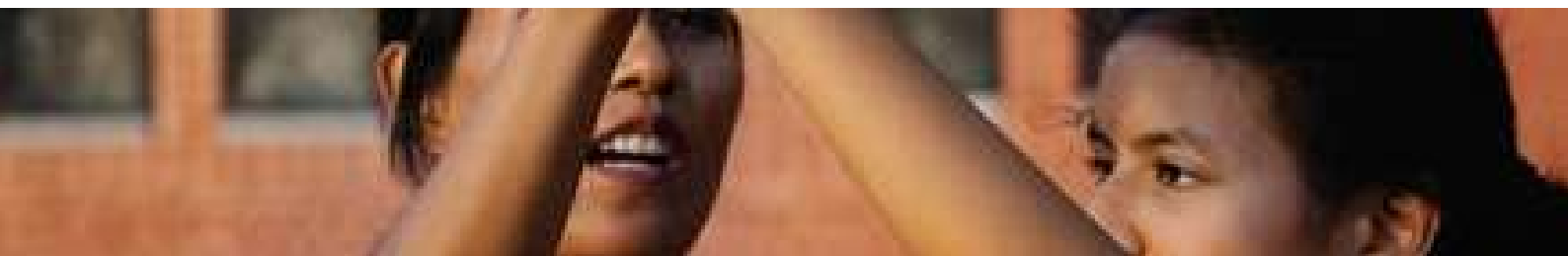
UN NOUVEAU CONTEXTE DEPUIS LE COVID-19

Avant la crise mondiale relative au COVID-19, le marché des grands événements sportifs internationaux était estimé à **55 Mds de dollars d'ici à 2025**. Pour la France seule, les dépenses cumulées de la Coupe du Monde de Rugby 2023 et des Jeux Olympiques et Paralympiques 2024 devaient s'élever à environ 7 Mds €.

Dans ce contexte, le ministère de l'Economie, en lien étroit avec le ministère des Sports, ont soutenu les entreprises (en y associant le Plan France Relance), notamment dans le secteur événementiel, dans un monde bouleversé quant aux modes de pratique et de consommation du sport inéluctablement différents d'avant la crise, et dans un cadre de relations internationales et d'échanges commerciaux incertains.

Ainsi l'évolution des marchés du sport tant domestiques qu'à l'international, et à l'heure où les Jeux Olympiques d'hiver de Pékin battent leur plein, doit s'apprécier sous de nouveaux éclairages, non plus à la seule aune de la **concurrence commerciale** mais à travers un puissant **prisme géopolitique** tout aussi concurrentiel.

Au-delà de l'évolution des marchés, le modèle sportif souffre de cette crise, notamment dans son organisation. Les **bénévoles, pierre angulaire du sport**, sont ainsi revenus moins nombreux dans les clubs et fédérations.



UNE EXACERBATION DE LA CONCURRENCE INTERNATIONALE

La compétition économique internationale est plus forte que jamais. Le sport, secteur économique à part entière, est concerné, la diplomatie sportive étant en outre utilisée comme un levier d'influence des Etats.

Les concepts de **sécurité économique** sont abondamment mis en œuvre : les pays hôtes des grands événements sportifs internationaux (GESI) ont développé un arsenal d'outils, notamment dans le cadre de la commande publique, afin d'y promouvoir leurs entreprises. De façon concrète, des barrières non tarifaires ont été mises en place par les pouvoirs adjudicateurs, c'est-à-dire les comités d'organisation, les Etats et les collectivités territoriales, grâce à l'utilisation objectivée des environnements réglementaires.

Cette stratégie part d'un constat simple qu'il nous faut appliquer : **plus les entreprises seront référencées en France, plus ces entreprises auront d'expertise et de visibilité pour remporter les marchés des GESI.**

La France est pays hôte en 2024 de Jeux Olympiques et Paralympiques, qui sont une magnifique **occasion de répondre à plusieurs enjeux cruciaux** : redynamiser les entreprises françaises qui subissent la crise majeure du covid-19 (en y associant le Plan France Relance) ; leur donner une vitrine domestique qui sera mobilisable dans d'autres pays ; poser les bases de normes de responsabilité sociétale sportive que nous pourrons internationaliser ; construire un héritage économique, social et politique et démontrer ainsi un **modèle sportif** convaincant qui pourra s'exporter en servant à la fois les intérêts diplomatiques de l'Etat et ceux des entreprises.

Cette stratégie doit s'organiser en amont, puis se décliner opérationnellement par la mobilisation de l'ensemble des services de l'Etat actifs en France et à l'international, en dialogue légal et transparent avec les acteurs économiques.



Considérer le sport comme une économie à part entière

Promouvoir le sport français comme un secteur économique

1

Assurer l'engagement des **trois ministères fondateurs** au sein de la filière de l'économie du sport : ministère de l'Economie et des Finances, ministère de l'Europe et des Affaires étrangères, ministère des Sports, **sous l'autorité du Premier ministre.**

2

A l'international, insérer le sport dans les objectifs et les **moyens humains et financiers** de la **diplomatie économique.**

3

Associer l'ambassadeur.e pour le sport et des représentants économiques et sportifs aux **délégations officielles** accompagnant les personnalités politiques dans leurs déplacements.

Résilient, le secteur du sport est un **secteur économique dynamique**. Le sport est un outil à disposition des Etats, des collectivités mais aussi des acteurs privés pour conduire des **transformations environnementales et culturelles** notamment grâce au large public touché dans le cadre de la pratique sportive et lors des événements sportifs.

La représentation et l'implication du Gouvernement au sein de la Filière Sport et du comité français du sport à l'international est essentielle pour permettre à **l'économie du sport de rester un moteur industriel, technologique et touristique.**



Considérer le sport comme une économie à part entière

4

Poser les bases d'un **Héritage économique pérenne** et d'une **vitrine domestique** en favorisant le **dialogue** entre les donneurs d'ordre et les entreprises du sport tant sur les projets d'équipements du territoire en infrastructures que sur l'organisation des grands événements sportifs internationaux.

Le cloisonnement des travaux actuels ne permet pas, à l'aune de grands événements sportifs, de partager les bonnes pratiques et de préparer le marché aux **ambitions de responsabilité environnementale, sociale et sociétale** des donneurs d'ordre.

Les outils de la commande publique existent, il faut les utiliser en favorisant le **référencement de groupements d'entreprises françaises**, en contrebalançant le recours des organisateurs à des partenariats exclusifs freinant l'accès aux marchés des entreprises primo-postulantes et aux TPE/PME.

5

Intégrer le sport dans la politique de **sécurité économique** et d'**influence**, notamment en créant au ministère du commerce extérieur, sous double tutelle du ministère de l'Economie et des Finances et de l'Europe et des Affaires étrangères, un **lieu de réflexion interdisciplinaire** centré sur l'économie du sport, intégrant universitaires et acteurs économiques et sociaux.

Le **décret 2019-206 relatif à la gouvernance de la politique de sécurité économique** a été présenté lors du conseil des ministres du 20 mars 2019. Par ce décret, le gouvernement a réaffirmé la priorité donnée à la **préservation de la sécurité et de la souveraineté économique**.

Pour créer cette culture, la compréhension et les outils de l'**intelligence économique** doivent s'intéresser au secteur du sport, stratégique en termes d'**attractivité**, d'**export** et de **soft power**.



Créer un environnement concurrentiel équilibré

Porter des conditions équitables d'entrée sur les marchés français

6

Renforcer la **réciprocité** dans l'ouverture des **marchés publics**

7

Renforcer les dispositions « **Small Business Act** » pour augmenter la part de la commande publique de l'Etat et des collectivités auprès d'entreprises TPE/PME **innovantes** et l'élargir aux autres secteurs, notamment le **sport**.

Le marché intérieur de l'Union européenne a un **taux d'ouverture** de ses marchés publics autour de 95%, largement supérieur à l'ensemble de ses partenaires, ce qui signifie pour les entreprises européennes un **accès moindre aux marchés publics** des Etats-Unis (35%) du Japon (30%), etc.

L'Etat, les collectivités, les acteurs des marchés publics, disposent d'outils pour orienter, à leur bénéfice, **la commande publique** vers les **TPE/PME** implantées **localement**.

8

Expliciter les règles de la commande publique pour les **donneurs d'ordres domestiques** et favoriser leur utilisation dans le cadre de la promotion des entreprises nationales.

La commande publique française et européenne est un des **leviers d'action** pour la promotion de la **souveraineté française** et ce, dans le sport et dans les champs connexes, comme la sécurité et le numérique, où presque partout existe une **alternative française pertinente**. Le sport génère un immense réservoir de données, dont le traitement doit éviter le transfert hors UE via des entreprises non-européennes.



Créer un environnement concurrentiel équilibré

Investir le champ de la production de normes

9

Renforcer l'**anticipation normative**, notamment avec l'AFNOR pour développer des normes sur les marchés des infrastructures, de l'événementiel à usage européen et international et poser les bases de normes de **responsabilité sociétale sportive**.

10

Renforcer le **lien entre R&D et production de normes** dans le secteur du sport, notamment l'événementiel sportif et la SporTech.

Avec le développement des échanges, la demande de **normes et règles** est en croissance constante et de plus en plus d'acteurs publics et privés participent à leur élaboration. **Les États** sont des acteurs presque comme les autres dans cette **compétition universelle** et perdent leur singularité souveraine, il faut donc y associer un collectif entre **acteurs publics et privés**. Cette activité est cruciale puisqu'elle fixe les **règles du jeu des marchés**.

11

Promouvoir une **vision européenne** de l'économie du sport et créer une **filière d'excellence**.

Une **double tutelle** des commissaires à l'Economie et à l'Innovation, la recherche, la culture, l'éducation et la jeunesse paraît appropriée. Cela permettra de développer une filière compétitive portant le savoir-faire et un modèle sportif européen face à la concurrence asiatique et anglo-saxonne notamment.

Le sport est une compétence avant tout nationale dans l'organisation de l'Union européenne qui a une compétence d'appui. Le sport est d'abord perçu comme une politique publique sociale, ce qui est visible à travers le programme Erasmus + mobilisé. Pourtant, le sport est un secteur économique à part entière représentant **2% du PIB de l'Union européenne**. Un travail auprès du Haut-représentant pour l'action extérieure de l'UE sera ainsi utile pour faire rayonner cette force économique et sociale.



Penser la sécurité du secteur

12

Contrôler les investissements étrangers dans le secteur stratégique que représente le sport sur la base de critères précis.

Les clubs et les entreprises sont concernés par les investissements étrangers, le sport étant un secteur très **attractif** et pouvant être une entrée pour d'autres prises de **contrôle**. La place d'une entité étrangère est donc à mesurer et les enjeux de contrôle à analyser. Cela implique une modification des **décrets du 22 juillet et du 28 décembre 2020**.

Ces travaux doivent être menés dans le cadre des accords de protection des investissements contractés par l'Union européenne. Le droit à réguler des Etats doit être souligné.

13

Encourager les entreprises à déployer et à former des équipes dédiées à la **cybersécurité** avec le soutien de l'ANSSI.

La cybersécurité est un enjeu majeur pour toutes les entreprises (grands groupes, PME, ETI, start-ups), notamment dans leurs activités à l'international d'autant plus exposées aux **cyber-risques**.

Selon le rapport Hiscox sur la gestion des cyber-risques, 67 % des entreprises françaises déclarent avoir subi au moins une **cyberattaque** en 2019. Par ailleurs, avec une croissance de 10 % par an sur les cinq dernières années, le marché mondial de la cybersécurité représente 120 milliards de dollars selon IDC (International Data Corporation).



Renforcer la compétitivité des entreprises françaises

Investir dans la formation des acteurs de l'économie du sport

14

Financer des formations prioritairement sur les **métiers en tension** identifiés.

15

Poursuivre la politique de **soutien à l'apprentissage** en promouvant le **volet industriel** du secteur du sport.

16

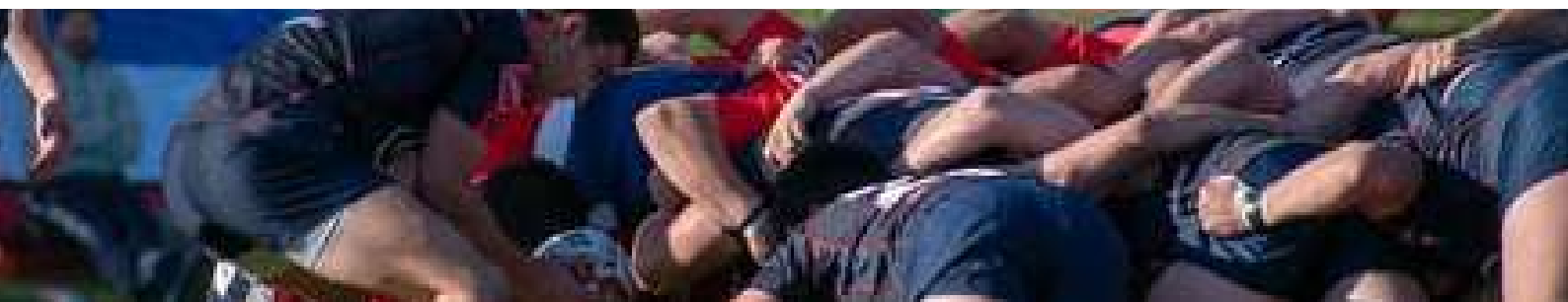
Valoriser le bénévolat en mettant en place une reconnaissance claire de l'engagement que cela représente : formation, validation d'acquis d'expérience.

3 à 4 millions de bénévoles en France dédient une partie de leur temps libre à une association sportive, pour une valeur de leur action estimée à près de 5 milliards d'euros. Rien que pour **Paris 2024**, entre **45 000 et 75 000 bénévoles** seront formés pour permettre aux Jeux Olympiques et Paralympiques de s'organiser au mieux.

17

Moderniser notre **stratégie d'exportation** et nos **partenariats commerciaux**. Avec les pays où la structuration du sport est en développement, proposer des **transferts de compétences** sur des métiers de la filière de l'économie du sport : sécurité, bâtiment, maintenance, etc.

En Afrique, en particulier, la France perd des parts de marché (les parts de marché à l'exportation de la France en Afrique ont été divisées par deux depuis 2000, passant de 11 % à 5,5 % en 2017 selon la COFACE). Cela tiendrait au fait que la France exporte surtout **des biens de consommation** peu adaptés aux besoins des populations africaines, qui se sont massivement tournées vers des produits fabriqués en Chine, alors que l'Allemagne gagne des parts de marché par l'exportation de **biens d'équipement** contribuant à l'**industrialisation**.



Investir dans les atouts français

Développer une communauté économique francophone opérationnelle

18

Travailler avec l'OIF – Organisation Internationale pour la Francophonie – sur des **programmes de réseautage** inspirés des bonnes pratiques des communautés linguistiques étrangères, outillées et opérationnelles – CBC (Commonwealth Business Council) et SEGIB (Secrétariat général Ibéro-Américain).

19

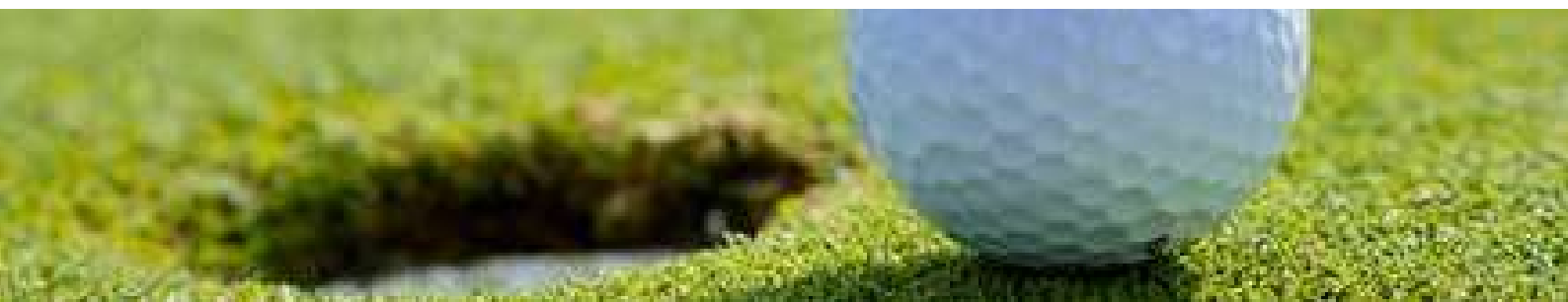
En partenariat avec les entreprises du sport, créer des **filières de formations professionnelles communes** au sein des pays de l'aire francophone.

La **langue française** et son poids sont un atout inestimable pour se renforcer dans l'économie et le commerce mondial à travers notre **diplomatie économique**. Dans plusieurs pays, le français est une **langue de l'économie et du travail**, la langue des marchés. Les **francophones** passeront de 220 millions aujourd'hui à 750 millions en 2050 avec 85 % de la population francophone située en **Afrique**.

20

Rééquilibrer l'APD – aide publique au développement – pour augmenter la part des **dons** par rapport à la part des **prêts** et redéfinir la liste des pays récipiendaires prioritaires pour concentrer l'APD sur les pays africains.

Aujourd'hui, la **Chine** est un des pays principalement soutenus par l'APD (371 millions € sur la période 2018-2020 – rapport annexé au projet de loi de finances) alors qu'elle est la deuxième puissance économique mondiale, selon des critères de l'OCDE. Il convient d'investir plus fortement les pays d'Afrique dans la lignée des orientations du **sommet Afrique-France**.



Investir dans les atouts français

21

Favoriser la **culture collective** en réservant certaines aides publiques à des **réseaux d'entreprises**.

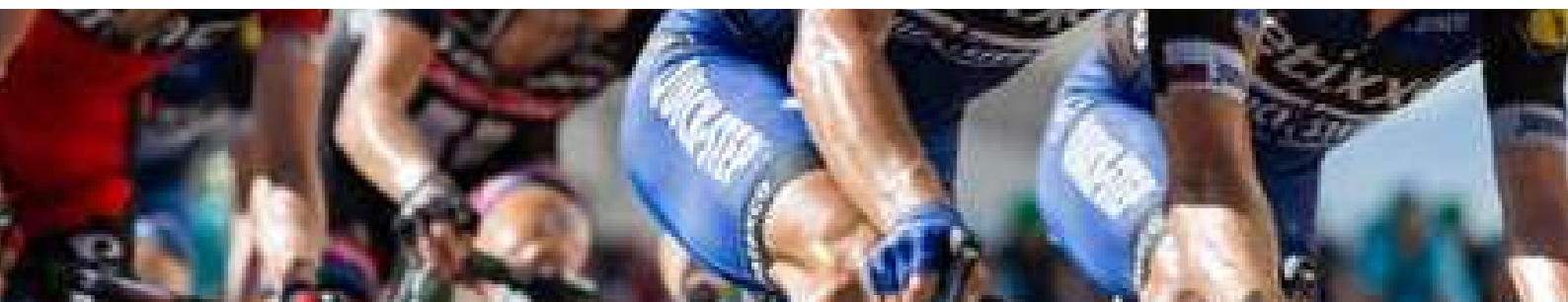
Pour créer les conditions d'une démarche collaborative (échange d'informations sur les opportunités de marchés, prospection, mutualisation de moyens, etc.) et **maximiser les chances** des entreprises nationales à l'international, certaines aides sont ainsi fléchées, par exemple en Italie. Cela permettrait également d'encourager les grandes entreprises françaises dans une **démarche de groupements** avec des TPE/PME sur les marchés étrangers.

D'autre part, il faut veiller à l'**équité dans la répartition des aides publiques** pour favoriser le large accès des citoyens à une **information de qualité et diversifiée** sur le secteur du sport.

22

Aider les entrepreneurs de la filière sport à financer leurs projets à l'international à l'aide de **prêts bonifiés de la BPI** et de renforcement de la **garantie export**.

Nos principaux concurrents, notamment la Chine dans sa « diplomatie des stades », mais aussi la Turquie ou les Etats-Unis, proposent des **solutions financées** grâce au soutien de **bailleurs**. Une stratégie française groupée à l'export entre bailleurs et entreprises doit ainsi devenir opérationnelle.



Accompagner la transformation du mouvement sportif français

360 000
associations

115 000
emplois

Le GIE France Sport Expertise s'insère dans un **écosystème riche** de 360 000 associations environs qui représentent 115 000 emplois et représentent **1/4 du total des associations** en France. L'objectif principal de développer la **pratique ludique, physique et sportive** est partagée avec ces acteurs essentiels du tissu sportif français.

Le mouvement sportif fait face à lui aussi à des défis importants. Ainsi, 72% des associations attendent des **retombées de l'organisation des Jeux de Paris 2024** (source : BPCE). La construction et la **rénovation d'infrastructures** est ainsi un des sujets importants pour développer les pratiques, notamment dans le cadre du financement et de la gestion/exploitation de ces équipements structurants et de proximité, qui ont une **durée de vie** moyenne de trente ans et sont aujourd'hui vétustes.

23

Instaurer un **forfait de 10 000€** de déductibilité pour encourager le **mécénat** des PME en direction des organisations sportives.

Le mécénat sportif est sous utilisé en France. Selon l'ADMICAL, le sport est le secteur le plus prisé des mécènes notamment les TPE et PME mais ne reçoit que **2% (90 millions d'euros) des montants de dons en mécénat**.

Considéré comme une niche fiscale, la **déductibilité d'impôt** du mécénat est limitée à 0,5% du chiffre d'affaires ce qui limite grandement les PME qui pourraient investir plus. Relever ce seuil paraît nécessaire pour encourager le **mécénat sportif** au même titre que le mécénat culturel.



Accompagner la transformation du mouvement sportif français

24

Concernant le modèle économique, inciter les clubs professionnels à devenir **propriétaires** de leurs équipements sportifs.

En Ligue 1, seul l'Olympique Lyonnais est propriétaire de son stade, modèle inspiré des plus grands clubs européens. En lien avec les collectivités locales, le modèle peut être réfléchi sur la base d'un modèle économique intégrant le club et les acteurs privés.

25

Engager une démarche avec d'autres Etats membres de l'Union européenne pour **définir le modèle sportif à l'échelle européenne**.

Depuis le Traité de Lisbonne, l'Union européenne dispose d'une compétence en matière sportive mais celle-ci reste limitée et cantonnée au programme de financement Erasmus + Sport. Les objectifs affichés de la Présidence française du Conseil de l'Union européenne prônent la diffusion d'un modèle de croissance souverain et porteur de valeurs sociales, et considère "le sport comme levier de transformation et de développement durable".

26

Engager la France au niveau européen et international dans la **lutte contre la manipulation des compétitions sportives** et lancer une initiative lors de la PFUE en associant les acteurs économiques.



Développer les pratiques sportives pour toutes et tous

Promouvoir les activités ludiques, physiques et sportives pour lutter contre la sédentarité

27

Développer la pratique sportive dans le **socle commun** des diplômes nationaux du brevet, du certificat d'aptitude professionnelle et du baccalauréat.

28

Poursuivre le programme d'infrastructures sportives sur un **plan triennal**.

29

Promouvoir des **modes de vie plus actifs** avec les **aménagement urbains** en faveur des activités ludiques, physiques et sportives.

On estime à **210 millions le nombre de citoyens inactifs en Europe**, ce qui génère une **dépense de 80 milliards d'euros chaque année**. 54% des hommes, 44% des femmes de 18 à 74 ans et 17% des enfants de 6 à 17 ans sont en **surpoids** ou sont obèses selon le dernier rapport parlementaire des députés Marie Tamarelle et Régis Juanico.



Développer les pratiques sportives pour toutes et tous

Promouvoir la pratique sportive des filles et des femmes et leur représentativité

30

Développer dans les **cahiers des charges** des **critères** sur les équipements sportifs favorisant la **mixité** et la pratique féminine (présence de vestiaires, matériel adapté, crèche/garderie, etc.)

31

Renforcer la **médiatisation** des femmes dans l'ensemble du secteur du sport : diffusion de sport féminin, dans les médias, etc.

32

Instaurer des moyens de contrôle du respect des **lois** et **règlements** sur la **parité**, notamment dans les fédérations sportives, dans la lignée de la loi pour l'égalité réelle entre les femmes et les hommes de 2014 et la loi visant à démocratiser le sport en France de 2022.

Plusieurs **raisons structurelles** expliquent que la pratique sportive féminine en France, même si elle s'accroît en nombre de pratiquantes et de licenciées, reste de 20% plus faible que celle des hommes (INSEE, 2017), que ce soit le niveau de diplôme, la nature des ménages, des **stéréotypes de genre** tenaces ou encore le **manque de visibilité** des femmes dans le sport. En 2016, la part des femmes prenant la parole dans les programmes de sport (présentatrices, commentatrices, joueuses interviewées, supportrices ou médecins) ne s'élevait qu'à 17%.





ELECTIONS 2022

**MAISON DE LA MUTUALITÉ
24 RUE SAINT-VICTOR, 75005 PARIS**

CONTACT@FRANCESPORTEXPERTISE.FR