

RDV DEBAT SPORSORA

Les athlètes, nouveaux catalyseurs de transformation de l'économie du sport

À l'occasion de son Assemblée Générale électorale, SPORSORA, organisation référente pour un développement responsable de l'économie du sport, a mis en lumière une dynamique essentielle : le rôle grandissant des athlètes dans la transformation du sport. Clarisse Agbegnenou, Arnaud Assoumani et Cédric Nankin, trois figures d'exception du sport français, ont participé à deux tables rondes animées respectivement par Didier Poulmaire, Président de Poulmaire Gestion Fiduciaire, et Géraldine Pons, Vice-Présidente éditorial et production chez Eurosport/Warner Bros. Discovery. Ensemble, ils ont esquissé une nouvelle carte du pouvoir sportif où la voix des athlètes ne se limite plus à l'exploit mais devient un levier d'influence médiatique, sociétale et économique.



RDV Débat de SPORSORA lors de l'Assemblée Générale à l'Hôtel des Invalides © Anthony Retournard

L'avis de SPORSORA : Athlètes : influence, gouvernance, impact. Un nouveau pacte pour le sport.

« L'économie du sport connaît une évolution structurelle marquée par l'émergence d'un nouvel acteur stratégique : l'athlète. Longtemps cantonné à un rôle de relais d'image ou d'ambassadeur ponctuel, l'athlète devient aujourd'hui un vecteur d'influence, d'innovation et de transformation. Cette évolution s'inscrit dans un contexte de montée en puissance des logiques d'engagement, de responsabilité et d'incarnation dans les modèles économiques du sport.

Enjeux de performance, de réputation, d'impact sociétal et de dialogue avec les publics, les athlètes disposent désormais d'un capital d'influence qui dépasse largement le seul cadre sportif. Leur proximité avec les nouvelles générations, leur capacité à faire émerger des sujets sensibles, leur maîtrise des outils de communication et leur exposition constante en font des acteurs à part entière de la chaîne de valeur.

Dans ce contexte, il apparaît essentiel que l'économie du sport repense ses modes de gouvernance et de co-construction, en intégrant la parole et l'expertise des athlètes au sein des dispositifs décisionnels, des stratégies de sponsoring, et des réflexions prospectives sur les modèles de croissance et de transition du secteur.

SPORSORA considère que cette intégration doit devenir un principe structurant du développement responsable de l'économie du sport, garant d'un écosystème plus représentatif, plus durable et plus en phase avec les attentes contemporaines. »

Les athlètes, des porteurs de voix impactants

Derrière les médailles, les records et les podiums, une autre histoire se dessine. Celle d'athlètes de plus en plus conscients de leur capacité d'agir. Via leurs réseaux sociaux, leur proximité avec les jeunes générations, leur liberté de ton et leur crédibilité, ils deviennent des porte-voix puissants et agiles.

Ils alertent, défendent, mobilisent. Arnaud Assoumani, champion paralympique, ambassadeur de Play International, incarne cette nouvelle génération d'athlètes, à la croisée du sport et de la société. Il met sa notoriété au service de causes telles que l'éducation, la solidarité ou l'inclusion.

Arnaud Assoumani, athlète spécialiste du saut en longueur et multimédaillé aux Jeux Paralympiques de Pékin, Londres, Athènes et Rio : *« Être athlète, ce n'est pas seulement performer, c'est aussi porter un message. À travers le sport, on peut parler d'inclusion, d'éducation, de solidarité, de lien social, de santé et de bien-être de manière concrète, positive, et surtout être audible. Nous, athlètes portons et incarnons les valeurs de respect, de cohésion et d'égalité des chances. Nous sommes des ambassadeurs des changements nécessaires pour la société. Nous avons besoin des entreprises accompagnent les athlètes à travers différents types de partenariats gagnants-gagnants (salarial, sponsoring, mécénat...) sur un temps long. Ils sont essentiels pour nos carrières sportives, sans sponsors je n'aurais pas fait de carrière car malheureusement il y a beaucoup de précarité chez les athlètes qui pourtant permettent de répondre aux enjeux des entreprises sur la fidélisation et l'attraction des talents, la cohésion d'équipe et de se démarquer de la concurrence. Chaque moment clé d'une carrière sportive à son après carrière et même la retraite, sont des points de précarité. Je crois profondément au pouvoir du sport, et je veux l'utiliser pleinement pour faire avancer les causes essentielles et nécessaire pour participer aux changements de la société pour qu'ils soient durables et vertueux.»*



Arnaud Assoumani © Anthony Retournard

De plus en plus, les sportifs deviennent des figures de la transformation culturelle et sociale du sport. Clarisse Agbegenou, engagée pour faire évoluer les conditions des sportives-mères, prend la parole pour briser des tabous encore persistants dans le sport de haut niveau.



Clarisse Agbegenou © Anthony Retournard

« Les athlètes ont une place essentielle dans le sport : ce sont eux qui le font vivre au quotidien. Leur avis doit être écouté et pris en compte dans les décisions. Dans ma carrière, j'ai dû faire face à de nombreux défis - en tant que femme, en devenant maman, en portant mes engagements - et je sais à quel point c'est important d'être entendue. Mes engagements et mes prises de parole découlent d'expériences de vie vécues, que ce soit au niveau de la naissance prématurée aux règles à la maternité, mon statut de sportive de haut-niveau me permet d'être entendue mais au-delà de l'écoute nos messages et nos voix doivent être pris en compte. On ne peut plus construire l'avenir du sport sans intégrer la voix de celles et ceux qui le vivent de l'intérieur. », **Clarisse Agbegenou, judokate multimédaillée aux Jeux Olympiques, Championnats du Monde et Championnats européens.**

Entreprises et athlètes : une collaboration durable au service du sport français

Face à cette évolution, les entreprises optimisent leur association aux sportifs et aux sportives. Il ne s'agit plus uniquement de visibilité ou de performance : les partenariats les plus puissants sont ceux qui s'appuient sur une histoire partagée, une vision commune et une utilité sociale.

L'exemple de la SNCF avec Cédric Nankin illustre cette démarche. Depuis 40 ans, le dispositif Athlètes SNCF permet à plus de 250 sportifs de haut niveau de conjuguer carrière professionnelle et engagement sportif, tout en renforçant l'ancrage territorial, la fierté des collaborateurs et l'image de marque de l'entreprise.

Cédric Nankin, co-capitaine de l'Equipe de France de rugby fauteuil et agent SCNF : « Après les Jeux de Tokyo j'ai voulu arrêter ma carrière, heureusement, grâce au dispositif SNCF, j'ai pu continuer à évoluer sportivement et professionnellement et ainsi vivre de belles aventures avec l'Equipe de France et la SNCF. Le soutien de la SNCF me permet de me libérer de nombreuses contraintes, de trouver un équilibre et de me concentrer pleinement sur mes objectifs sportifs. Ce dispositif m'offre aussi l'opportunité de vivre une expérience enrichissante dans le monde professionnel, qui me nourrit autant sur le plan personnel que sportif. J'ai pu rencontrer d'autres athlètes engagés, ce qui crée un vrai esprit de solidarité et de force collective. Ce dispositif montre que des sports moins médiatisés peuvent aussi avoir un impact fort, en mobilisant et en inspirant bien au-delà des terrains. »



Cédric Nankin © Anthony Retournard

Gouvernance : faire de la représentation des athlètes une norme

Dans un secteur encore largement gouverné sans eux, les athlètes doivent être pleinement intégrés aux instances de décision. Leur regard est stratégique pour bâtir une économie du sport plus moderne, responsable et crédible. L'exemple de Tony Estanguet ou Amélie Mauresmo le prouve : lorsque la parole sportive structure la gouvernance, les décisions gagnent en légitimité et en impact. SPORSORA défend l'idée que la représentation des athlètes doit devenir une norme dans les fédérations, les ligues, les clubs, mais aussi dans les entreprises partenaires.

SPORSORA est l'Organisation référente pour penser et influencer le développement responsable de l'économie du sport grâce à une convergence d'expertises, l'influence d'un collectif et un réseau engagé. Créée en 1994, SPORSORA regroupe plus de 290 membres (annonceurs, agences, détenteurs de droits, médias, enceintes et arenas, instituts d'études et de formations...) et fédère un réseau de plus de 2 000 professionnels qui se rencontrent lors des nombreux événements organisés, échangent lors des workshops, des collèges et commissions, bénéficient de services et agissent dans l'intérêt général. www.sporsora.com

Contact presse - Agence Sport Market

Cloé Bahaud - cbahaud@sportmarket.fr – 06.32.69.17.49

Toute l'information sur Sporsora.com

SPORSORA
Agir ensemble
pour l'économie du sport