COMMUNIQUÉ DE PRESSE

SPORSORA
Agir ensemble
pour l'économie du sport

Paris, 2 mai 2025

RDV DÉBAT SPORSORA

Investir dans le sport français : un marché d'avenir à structurer

Le sport français est devenu, en quelques années, un terrain d'investissement stratégique pour de nombreux acteurs financiers. Fonds d'investissement, family offices, fonds souverains s'intéressent au sport comme à une classe d'actifs à part entière, à la croisée de la rentabilité économique, de l'impact sociétal et du rayonnement médiatique. La transformation du modèle économique du sport, l'évolution des modes de consommation et le retrait progressif d'acteurs publics libèrent des opportunités nouvelles pour les investisseurs. A l'occasion du rendez-vous débat « Investir dans le sport français », SPORSORA, organisation référente pour le développement responsable de l'économie du sport et Bpifrance, explorent l'investissement dans le sport afin de sensibiliser l'écosystème et les acteurs aux opportunités de se rendre attractifs aux yeux des investisseurs français ou internationaux.

SPORSORA à Bpifrance ©Morgan Bove

L'avis de SPORSORA : *Le sport français est à un tournant. Il est d'ores et déjà attractif et dispose de tous les ingrédients pour déployer pleinement son potentiel : communautés passionnées, savoir-faire en matière d'organisation d'événements sportifs, formidable vivier de talents sur le terrain et au sein des entreprises. Investir dans le sport français, ce n'est plus un pari : c'est une stratégie d'avenir. Encore faut-il l'accueillir avec méthode, confiance et ambition. Car c'est dans cette capacité à créer des ponts entre acteurs historiques et nouveaux entrants, entre territoire et internationalisation, entre rêve et responsabilité, que le sport français pourra se réinventer durablement. Le sport évolue. Il s'élargit, se diversifie, s'ouvre. Et avec lui, les opportunités d'investissement se multiplient.*

Le sport, nouvel horizon stratégique pour les investisseurs

Les investisseurs s'intéressent de plus en plus au sport en raison de sa capacité à générer des revenus réguliers, à capter des communautés engagées et à s'adapter à la digitalisation des usages. Le retrait d'acteurs locaux historiques laisse la place à de nouveaux profils, plus structurés et tournés vers la performance économique à long terme.

On observe l'arrivée de fonds d'investissement aux modèles professionnels, de family offices recherchant des projets porteurs de sens, et de fonds souverains investissant avec des logiques d'influence ou de soft power. Le cas du Qatar avec le Paris Saint-Germain illustre ces ambitions géopolitiques. Plus récemment, Coalition Capital, fondé par Kylian Mbappé, a investi dans le Stade Malherbe de Caen, symbole d'une nouvelle génération d'investisseurs issus du sport lui-même.

Le sport français : des bases solides, un potentiel à structurer

La France dispose de fondamentaux puissants : un tissu associatif dense, près de 17 millions de pratiquants licenciés, une culture sportive populaire, et une nouvelle dynamique portée par les grands événements à venir. Le public est présent, les fans sont engagés, les talents sont là.

Mais le potentiel reste largement sous-exploité. Le sport français souffre encore d'un manque de structuration économique. Clubs sous-valorisés, infrastructures à moderniser, ressources commerciales peu développées… les actifs sont là, mais insuffisamment mis en valeur. Pour les investisseurs, cela représente un terreau idéal : les bases sont solides, les marges de progression réelles, et les modèles économiques à inventer.

Ce constat n'a pas échappé aux investisseurs nord-américains. Le sport business, très mature aux États-Unis, inspire aujourd'hui des opérations de plus en plus nombreuses en Europe, où les groupes américains voient un marché en transition, prêt à être structuré avec méthode.

Créer les conditions d'un investissement durable et partagé

Pour capter pleinement ces opportunités, le sport français doit lever certains freins culturels. Historiquement méfiant à l'égard du privé, parfois frileux sur les enjeux de gouvernance, l'écosystème doit désormais apprendre à co-construire avec les investisseurs, à clarifier ses modèles économiques et à bâtir des environnements plus lisibles, plus professionnalisés.

Les premiers exemples existent et sont encourageants. À Strasbourg, le groupe BlueCo, propriétaire de Chelsea, a racheté le Racing Club avec une stratégie long terme alliant développement local et synergies internationales. À Lyon, Eagle Football accompagne l'Olympique Lyonnais dans une modernisation de sa gouvernance et de son approche marketing. Ces modèles hybrides, associant capital, expertise et respect des identités locales, montrent la voie.

L'enjeu est désormais de reproduire ces dynamiques dans d'autres disciplines, en accompagnant le changement sans brutalité, mais avec ambition.

Nouvelles pratiques, nouveaux marchés : les opportunités à saisir

L'investissement sportif ne se limite plus aux grandes ligues ou aux clubs de football. De nouveaux territoires émergent, portés par des usages et des publics en mutation.

Le MMA, sport longtemps marginalisé en France, attire désormais des fonds issus de l'univers de l'entertainment et de la culture, convaincus de son potentiel de croissance. Le padel, devenu un phénomène en Espagne, démontre comment une pratique accessible, bien accompagnée et bien financée peut structurer un marché en quelques années.

Le sport féminin, quant à lui, est désormais au cœur des stratégies d'investissement de figures comme Michelle Kang, propriétaire de plusieurs clubs aux États-Unis et en Europe, qui voit dans cette dynamique une opportunité sociétale et économique forte.

Programme de cette matinée enrichissante et les intervenants des tables rondes :

I. Panorama des types d'investissements / investisseurs dans le sport

Mark Wyatt – *Managing Director* – ***Alvarez & Marsal***

II. L'attractivité du sport professionnel français

©Morgan Bove

De gauche à droite :
Julien Rongier – *CEO* – ***ARES Fighting Championship***
Iris Alameddine – *CEO* – ***Grandeur Company***
Mark Wyatt – *Managing Director* – ***Alvarez & Marsal***

III. Le dynamisme de la sportech, et les freins à lever

©Morgan Bove

De gauche à droite :
Isabelle de Cremoux – *CEO* – ***Seventure Partners***
Emmanuelle Roger – *CEO* – ***Immersiv.io***
Claire Goyon – *Responsable* – ***Sportech France***

IV. L'essor des PME/ETI du sport français

©Morgan Bove

De gauche à droite :
David Navarro – *Directeur Général* – ***Casa Padel***
Lucien Boyer – *Founding & Managing Partner* – ***Inspiring Sport Capital***
Marguerite Chabert – *Analyste Senior Dealflow* – ***Bpifrance***

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 265 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 Bahuaud - cbahuaud@sportmarket.fr – 06.32.69.17.49
Toute l'information sur Sporsora.com

SPORSORA
Agir ensemble pour l'économie du sport