

Le sport, un ressort possible pour la croissance ?

Force est de constater que le sport n'est pas un sujet prioritaire en France. Nous pouvons nous interroger sur les raisons pour lesquelles le sport ne figure dans aucun plan d'action gouvernemental lorsqu'on parle de relancer la croissance et l'emploi.

Une des réponses, à défaut d'être satisfaisante, est que le sport n'est pas identifié comme une activité à part entière. Les données sur l'économie du sport étant fragmentées, sa visibilité en France est relativement moins bien assurée que dans d'autres Etats membres de l'Union Européenne où il existe un *compte satellite*\* du sport.

Or le sport est sans doute aujourd'hui l'un des meilleurs gisements de croissance à court et moyen termes. C'est un secteur avec des fondamentaux solides : Un nombre important de pratiquants (17 millions de licenciés en France), une filière industrielle très dynamique (1 800 équipementiers sportifs en Europe totalisant 65 milliards d'euros de chiffre d'affaires), et un secteur créateur d'emplois (4,5 millions d'emplois en Europe) représentant 3% du PIB européen, soit plus que l'agriculture et la pêche réunies !

Le marché mondial du sport pèse aujourd'hui plus de 450 milliards d'euros avec une croissance moyenne de 4% par an, soit plus que l'économie en général. Ce marché intègre à la fois la production industrielle, la part des collectivités, la consommation des ménages et le sport business (sponsoring, droits médias, billetterie et merchandising) qui a quasiment triplé entre 2002 et 2013 passant de 37 milliards d'euros à plus de 100 milliards.

Au-delà d'être l'un des plus gros secteurs économiques mondiaux, le sport est un secteur qui « surperforme ». Le multiple moyen de valorisation des trente premières entreprises du sport est de 12 fois l'EBITDA contre 7 fois tous secteurs confondus pour le S&P 500. Un secteur composé de nombreuses PME innovantes, souvent sous-capitalisées, à forte notoriété et opérant dans des domaines d'activités complémentaires (équipements, services, technologies, loisirs, infrastructures). Ces PME constituent un premier choix pour l'investissement privé en capital en offrant un couple risque / rendement très attractif.

Par ailleurs, le sport a la particularité d'interagir positivement avec un grand nombre d'autres secteurs. Il représente notamment un enjeu en matière de santé publique (la promotion de la pratique sportive pourrait contribuer nettement à l'amélioration des comptes de la sécurité sociale), de développement local et touristique (les grands événements sont un accélérateur de la modernisation du territoire et de leur attractivité à l'image des Jeux Olympiques de Londres qui ont permis la réhabilitation de l'est de Londres et généré 2,5 milliards d'euros de recettes touristiques), mais aussi de lien social, d'intégration et d'éducation.

Enfin, le sport doit être considéré comme un outil de la performance de l'entreprise. Il permet notamment de répondre aux enjeux de management en motivant les collaborateurs et en luttant contre l'absentéisme. Et il s'est imposé comme un outil de réputation, de notoriété et d'expérience incomparable pour les marques.

En résumé, le sport pèse lourd dans l'économie, beaucoup plus qu'on ne le pense et qu'on ne le dit. Néanmoins le contexte économique renforce la nécessité de s'interroger sur notre modèle et ses leviers :

1/ Moins d'argent et de moyens publics impliquent des choix radicaux pour le sport de haut niveau à l'image de ce que les Britanniques appellent « No compromise ». Avec deux fois moins de budget que le sport français, les Britanniques ont obtenu trois fois plus de médailles aux Jeux de Londres.

2/ La crise accélère le retrait du secteur public dans le financement des grandes infrastructures sportives. Pour autant, on ne passera pas du jour au lendemain du tout public au tout privé. Le chantier de l'Euro 2016 marque sur ce point un basculement avec des modèles économiques radicalement différents : deux stades financés par le secteur privé (Lyon et le Parc des Princes), quatre autres projets conduits en partenariat public-privé.

3/ Un minimum de cohérence et de régulation au niveau européen est indispensable pour améliorer durablement la compétitivité du sport français. En ce sens le Fair-Play financier va constituer un cas d'école à observer de près.

4/ Il est urgent de faire évoluer à la fois notre modèle économique et notre modèle de gouvernance. Nous avons de bons exemples à prendre autour de nous, et le cas de la Grande-Bretagne avec UK Sport, structure qui concentre à la fois la performance sportive, la captation des grands événements et les relations internationales, en est un.

Mais nous avons aussi des exemples à donner. La France a notamment acquis ces 20 dernières années un véritable savoir-faire en matière d'organisation de grands événements : Tour de France, Roland-Garros, Vendée Globe, Coupes et Championnats du Monde. Ces succès répétés pèsent lourd en matière d'impact, de retombées et d'opportunités.

En conclusion : oui, le sport peut jouer un rôle essentiel pour la croissance. Au-delà des moyens c'est d'une impulsion publique dont nous avons besoin, notamment pour la réalisation de grands projets tels que l'organisation des Jeux Olympiques, la création de pôles de compétitivité ou encore la reconnaissance du sport comme une industrie à part entière. Certains pays se sont engagés dans la voie du volontarisme avec succès : la Grande-Bretagne, nous en avons parlé, le Qatar sous l'angle de la diplomatie sportive, ou encore la Corée du Sud qui a fait le choix des nouvelles technologies appliquées au sport comme axe central du développement de son économie.

Laurent Damiani

Président de Sporsora, l'association des Acteurs de l'économie du Sport  
Fondateur de Inspiring Sport Capital

\* Le compte satellite est un outil qui permet de mesurer précisément l'impact économique d'un secteur dans le PIB.