

# Finançons responsable pour créer

Le financement du sport va irrémédiablement se tourner de plus en plus vers le secteur privé pour financer les événements, les enceintes et de façon plus générale la pratique sportive. Nous avons au sein de SPORSORA, association des acteurs de l'économie du sport, quelques réflexions à partager sur le sujet du financement durable du sport (ou financement du sport durable car l'un et l'autre sont intimement liés). Il fait l'objet de réflexions au sein des collèges et commissions de travail avec nos membres, qu'ils soient annonceurs, détenteurs de droits, médias, agences et autres.

## Les clefs d'un partenariat sportif responsable et donc durable

Les sponsors ou partenaires privés du sport sont pour la plupart engagés dans une démarche responsable. Au sein de SPORSORA, nous avons écrit et partagé une Charte du Partenariat Sportif Durable, gage d'une relation saine et responsable entre annonceurs et détenteurs de droits du sport. Dix points composent cette Charte. Nous en relèverons quatre :

- **L'investissement dans la durée** : nous avons tous intérêt, partenaires privés et mouvement sportif dans sa globalité, à nous engager dans des relations à long terme ; c'est un des facteurs clé de succès en matière de notoriété/visibilité et préférence pour les marques, mais aussi une sécurité pour le modèle économique du détenteur de droits.
- **La promotion des valeurs sociétales du sport lors des événements sportifs et de**

l'activation des partenariats : financer le sport peut permettre de favoriser la cohésion sociale, l'éducation et le développement personnel, de s'engager en faveur des valeurs éthiques, de prévenir et lutter contre toutes les formes de violence, de développer des projets autour du respect, de l'esprit sportif et de solidarité ou encore de promouvoir l'engagement bénévole.

- Financer le sport de façon responsable consiste aussi pour les partenaires à rendre le sport et les événements sportifs **accessibles à tous** : repenser les infrastructures, promouvoir le sport pour tous, développer des actions en faveur du handicap, encourager l'égalité homme/femme, organiser des actions de promotion de la mixité sociale, donner un accès au sport pour les publics en situation d'exclusion.

- Financer le sport c'est enfin **développer la relation santé/sport** : l'impact de l'activité physique et sportive sur la santé publique et sa promotion auprès de populations à risque n'est plus à démontrer.

Les partenaires peuvent, dans le cadre de leurs

## Magali Tézenas du Montcel

Déléguée Générale de SPORSORA

*Déléguée Générale de SPORSORA*



actions d'activation, faire de l'activité physique et sportive comme facteur de santé et de bien-être un axe fort de leur communication, inscrire la lutte contre le dopage comme facteur déterminant du contrat de partenariat ou encore sensibiliser aux bons réflexes santé et sécurité de tous.

## L'implication des partenaires dans la gouvernance du sport

Alors que l'on demande aux partenaires privés d'avoir une attitude responsable vis-à-vis

Être exemplaire pour fidéliser et attirer les partenaires financiers

## Shared value from responsible funding

Sport funding is irrevocably turning more and more to the private sector in order to finance events, facilities and sport in general. Here at SPORSORA, an association of stakeholders in the sport economy, we have some ideas on the subject of sustainable funding for sport (or funding sustainable sport, because they are closely linked). This matter is being discussed in colleges and working committees by our members, whether they are advertisers, rights holders, the media, agencies and other groups.

### Keys to a sporting partnership which is responsible and therefore sustainable

Most private sport sponsors and partners are already committed to a responsible scheme. At SPORSORA we have written and shared a Charter for Sustainable Sport Partnerships, the proof of a healthy, responsible relationship between advertisers and rights holders in sport.

The Charter consists of ten points. We have picked out four:

- **Long-term investing**: it is to the advantage of everyone, private

partners and the whole sports movement, to be committed to a long-term relationship; this is one of the keys to success in visibility and brand preference, and also gives the economic model of the rights holder more security.

- **Promoting the social values of sport at sporting events and at the start of partnerships**: funding sport can be a way of encouraging social cohesion and

personal development, supporting ethical values, preventing and combating all forms of violence, developing projects to do with respect, the sporting mentality and solidarity, and promoting volunteering.

- For the partners, funding sport in a responsible way is also about making sport and sporting events **accessible to all**: making facilities accessible, promoting sport for all, developing schemes to help persons with a disability, promoting gender

equality, organising activities to promote social mixing, and giving people on the margins of society access to sport.

- **Funding sport also means developing the link between health and sport**: the impact of physical activity and sport on public health and the need to promote this to at-risk groups are well established.

At the start of their association, partners could make the theme of physical activity and sport as a means to good health and well-being a key point in their message, or make their partnership conditional on combating doping, or raise awareness of the importance of health and safety for everyone.

### The involvement of partners in sport governance

If private partners are expected to take a responsible attitude to sport and sport funding, the reverse is also true:

Be above reproach to attract and keep financial partners

# de la valeur partagée

## SPORSORA

L'ASSOCIATION DES ACTEURS  
DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

du sport et de son financement, l'inverse est aussi nécessaire : le mouvement sportif doit se montrer irréprochable et exemplaire pour fidéliser et attirer les partenaires financiers.

Les marques partenaires doivent trouver dans le financement du sport un bon retour sur investissement. Associer sa marque à un événement, un sportif, une équipe, une enceinte sportive est extrêmement efficace en termes marketing. Mais lorsqu'il y a un (grand) écart de conduite, les conséquences pour la marque peuvent être considérables. Aujourd'hui, certains partenaires souhaiteraient pouvoir être associés à la gouvernance du sport afin d'aider les institutions sportives à garder le bon cap, dans l'intérêt de chacun. Un nouveau modèle pourrait émerger, avec un équilibre difficile à trouver entre l'implication des financeurs privés, sans risque d'ingérence malvenue, mais au profit de l'intégrité et de l'éthique du sport. Il s'agit là d'un des éléments clés pour un financement responsable et certainement d'une petite révolution pour les institutions sportives. Un partage de compétences qui ne relèverait pas de considérations financières au départ mais qui servirait pourtant la crédibilité et donc indirectement les revenus financiers du sport.

## Impliquer les partenaires dans la gouvernance du sport

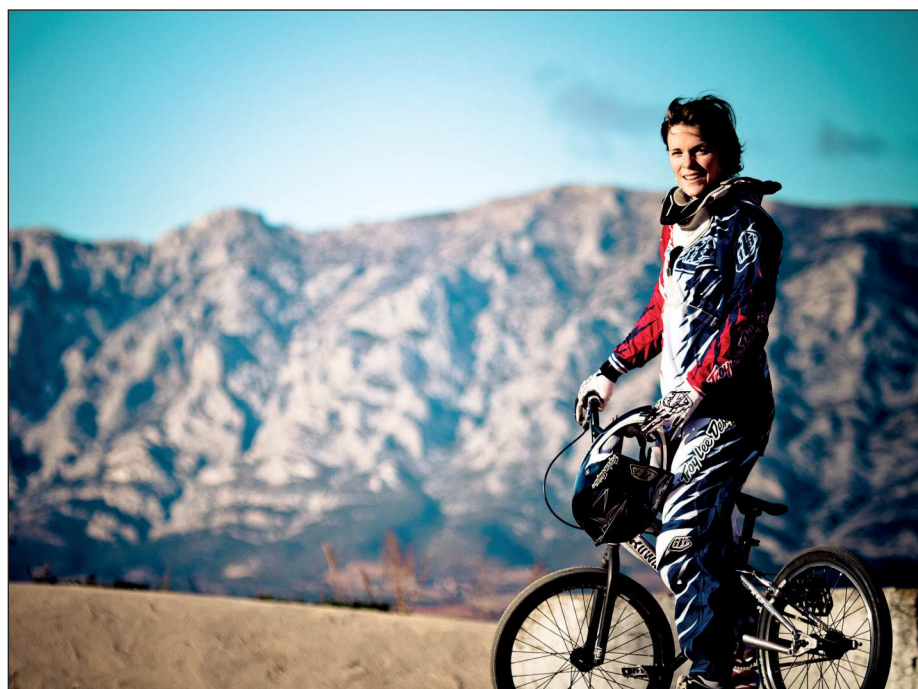
the sports movement must show itself to be above reproach in order to attract and keep financial partners. Partner brands need to get a good return from their investment in sport. Linking a brand with an event, an athlete, a team or facilities is an extremely effective marketing strategy. When there is (serious) misconduct, however, the consequences for the brand can be considerable. Some partners therefore wish to be involved in governing the sport so as to assist the sporting bodies in maintaining excellence, in everybody's interest. A new model could emerge, striking a fine balance between involving private funders and avoiding undue interference, but to the advantage of the integrity and morality of sport. This is one of the key elements in responsible funding and it represents a minor revolution for sports authorities: a sharing of expertise which would not be concerned with financial considerations at first, but which would improve

credibility and thus indirectly sport revenues.

### Sport, part of Corporate Social Responsibility (CSR) and legacy

Sport has a universal dimension and appeals to all sorts of target groups, which should make it a major element in CSR policies. Getting the best out of investment by brands in sport, in terms of efficacy and cost, provides some response to certain important issues facing companies today, above and beyond marketing and communications. Sport needs to seize this opportunity by presenting itself as a resource tool in CSR strategies. The rights holders need to be in a position to offer their partners and funders activations which can be

Get partners involved in sport governance



© BEREFLEX.FR

### Le sport, élément de la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) et d'héritage

Le sport possède une dimension universelle et un pouvoir d'attraction auprès de nombreuses cibles qui devraient en faire un élément majeur pour nourrir les politiques de RSE. Optimiser en efficacité et en coût les investissements des marques dans le sport, c'est

apporter des éléments de réponse à certains enjeux majeurs auxquels sont confrontées aujourd'hui les entreprises, au-delà du marketing et de la communication. Le sport a une opportunité majeure à saisir en se positionnant comme outil ressource des stratégies RSE. Les détenteurs de droits doivent être en capacité de proposer à leurs partenaires et financeurs des activations pouvant être revendiquées dans un bilan de RSE. ■■■

claimed in a CSR audit.

An example of this would be the "Supporters of employment" operation which won the SPORSORA "Coup de Coeur" trophy in 2015. In the context of the social element of the partnership between the FDJ and professional football, a national platform of professional football encouraging employment entitled "Supporters of employment" was set up by the clubs, the UCPF, the LFP and the FDJ, with the support of Pôle Emploi (national employment agency) and Adie (association for the right to the economic initiative).

In addition to this, the organisers of major sporting events can no longer make savings on the legacy plan.

The post-event legacy for the people, the regions and the businesses involved is now an integral part of responsible funding. It makes it possible to enhance indicators of return on investment on tangible and also immat-

terial bases.

Responsible funding of an event means being able to set up Fan zones, to bring together the whole of a region so the event is shared by the maximum number of people, to ensure that moments of emotion and pleasure are shared not just by the people in the stadium or watching on television, which is more and more often pay-to-view. Responsible partnerships can lead to an increase in happiness and emotion, abstract values which it is hard to value.

### Funding sport in a responsible way encourages innovation in the partner companies

Sport is a hive of innovation. For example, sporting performance can be improved by ever lighter, faster, better connected equipment, and so can the experience of the fans, supporters and those taking part. ■■■

■ ■ ■ A titre d'exemple nous pouvons rappeler l'opération « Supporters de l'emploi », lauréate « Coup de Cœur » des Trophées SPORSORA 2015. Dans le cadre du volet sociétal du partenariat entre la FDJ et le football professionnel, une « plate-forme nationale du football professionnel en faveur de l'emploi », baptisée « Supporters de l'emploi », est mise en œuvre par les clubs, l'UCPF, la LFP et la FDJ, avec la collaboration de Pôle Emploi et de l'Adie (Association pour le droit à l'initiative économique).

Par ailleurs, les organisateurs de grands événements sportifs ne peuvent plus faire l'économie d'un plan de *Legacy*. L'héritage post-événement pour les populations, les territoires, les entreprises impliquées fait partie intégrante d'un financement responsable. Il permet d'améliorer des indicateurs de retour sur investissement sur des axes tangibles mais aussi immatériels. Financer de façon responsable un événement, c'est être capable de mettre en place des « Fan zones », d'associer l'ensemble du territoire afin de faire partager l'événement au plus grand nombre, de donner des moments d'émotion, de bonheur partagé au-delà des personnes présentes dans le stade ou devant leur télévision, de plus en plus souvent

Des formats innovants,  
pour attirer de nouveaux  
investisseurs

payante. Des partenariats responsables permettront de démultiplier bonheur et émotion, valeurs immatérielles bien difficiles à évaluer.

### Financer le sport de façon responsable, c'est aussi favoriser l'innovation et innover dans les entreprises partenaires

Le sport est une terre d'innovation. Celle-ci permet notamment d'améliorer la performance sportive par un matériel toujours plus léger, rapide, connecté... mais aussi l'expérience du fan, du supporter ou du pratiquant. Financer le sport de façon responsable, c'est aussi mettre des équipes de recherche et développement au service d'équipes cyclistes, de bateaux ou voitures de course, de raquettes qui pourront dans un premier temps profiter aux sportifs de haut niveau concernés, et ensuite au grand public.

L'émergence des médias sociaux, entre autres, a permis d'attirer à une certaine forme d'activité physique et sportive des publics qui s'en étaient éloignés ou qui n'y avaient jamais eu accès. Le succès de pratiques telles que le Foot5, le Basket Ball 3X3, de courses telles que la Color Run ou le Mud Day, l'affluence dans les « Boost Battle Run » d'Adidas... ont attiré de nouveaux partenaires du sport, des marques qui n'auraient pas financé l'offre sportive « classique ». On peut donc espérer attirer, grâce à des formats et des médias innovants, de nouveaux investisseurs.

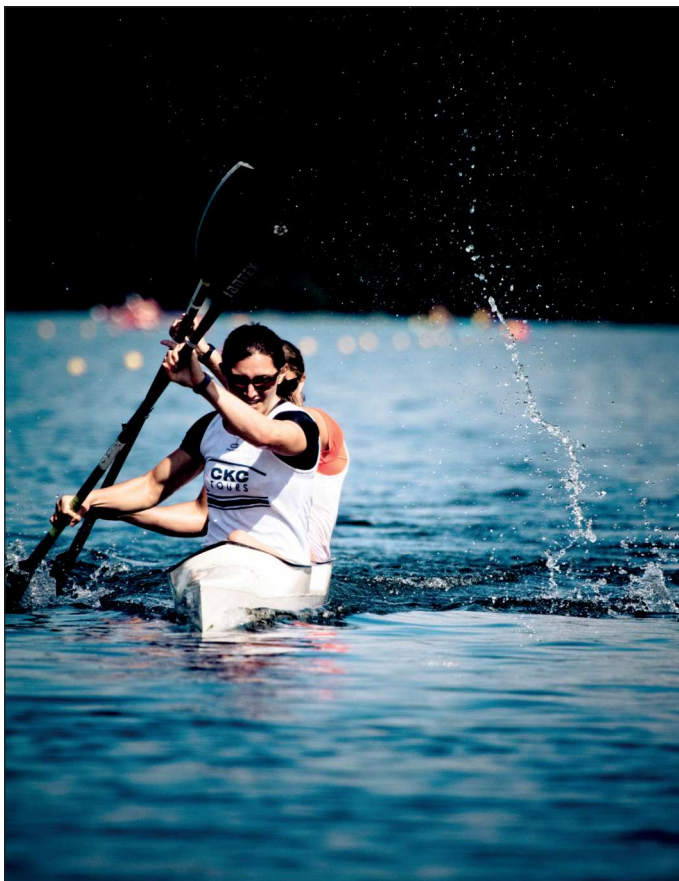
Enfin, nous pouvons nous réjouir aujourd'hui de l'émergence de nouveaux modes de financement plus participatifs. Le *crowdfunding* est arrivé récemment dans l'univers du sport en France, mais depuis de plus longues années ailleurs en Europe et aux Etats Unis. Athlètes, clubs, tous types de projets sportifs peuvent être aujourd'hui financés par des communautés, parfois même soutenus par des entreprises partenaires.

Cela répond à une envie de partage d'expériences, d'une quête de sens que les nouvelles technologies permettent de partager. Ainsi aujourd'hui, Sponsorise.me ou Fosburit sont des acteurs essentiels au financement du sport, aussi bien professionnel qu'amateur.

Autre cas intéressant de financement responsable, celui de la Ryder Cup 2018 en France. Les licenciés participent à hauteur de 3€ au financement de la candidature française. Un financement participatif qui témoigne du niveau d'acceptation de l'événement par la base des pratiquants. L'héritage, et notamment le programme des « 100 petits équipements », permettront aussi de développer durablement ce sport.

On le voit, les exemples de financement du sport durable sont nombreux et extrêmement variés. Ils traduisent la dynamique de ce secteur et témoignent de la volonté de collaboration entre détenteurs de droits et partenaires dans un objectif commun. De nombreuses voies restent à explorer : autant d'émotion sportive en perspective !

[www.sportsora.com](http://www.sportsora.com)



© BEREFLEX.FR

■ ■ ■ Funding sport in a responsible way means putting research and development teams at the disposal of cyclists, yachtsmen, racing drivers or racquet players, to develop new products which will be for the benefit of the sportsmen and women first, and later the general public.

The emergence of social media has made certain forms of physical activity and sport attractive to people who had previously not been interested or not had access.

The success of games such as Foot5 or Basketball 3X3 and races such as the Color Run or Mud Day and the crowds at the Adidas Boost Battle Runs have brought new partners into sport: brands that would not have sponsored traditional sports. It is to be hoped that new and innovative formats and media will attract new investors.

Finally, it is good to see the emergence of new types of participative funding. Crowdfunding only arrived recently in French sport, but it has been going on for a long time elsewhere in Europe and in the United States. Athletes, clubs, and all sorts of

sport project can now be funded by communities and sometimes also supported by partner businesses.

This is a response to a desire to share experiences, a quest for meaning which can be shared thanks to new technologies. So today, Sponsorise.me or Fosburit are key actors in sport funding, both professional and amateur.

Another interesting example of responsible funding is the 2018 Ryder Cup in France.

Licence holders contribute 3€ to funding the French dossier, shared funding which shows the level of support for the event among players. The legacy, in particular the programme for building "100 small golf structures", will be important for the sustainable development of this sport.

It is clear that the examples of funding for sustainable sport are many and varied. They reveal the dynamism of this sector and the will of rights holders and partners to work together for a common aim. There are a lot of paths still to be explored, so exciting times for sport are yet to come!