

Introduction

La vision des rapports entre le sport et l'économie semble être différente selon les acteurs du sport auquel on s'adresse, les présidents de clubs ou chefs d'entreprise.

Les modèles économiques ne sont pas les mêmes et varient dans le temps. Ainsi le modèle associatif idéal a évolué avec les choix des familles, des parents moins présents dans les clubs et une montée de la professionnalisation et de la formation des cadres bénévoles. L'utilisateur licencié ou abonné à un établissement privé demande aussi une compétence plus importante de la part des encadrants.

Le modèle économique est aussi aujourd'hui en train de changer. Dans le but d'obtenir un plus grand bien être et donc une meilleure productivité de leurs salariés, les entreprises font de plus en plus appel au sport au sein de leur structure sous forme de pratiques physiques, d'ouverture d'installations ou encore de séminaires avec des sportifs de haut niveau. Les institutions publiques et ou privées s'intéressent de plus en plus à ce que le sport peut apporter à la société en termes de santé. Ainsi, il est urgent de trouver des solutions pour rapprocher les deux mondes du sport et de l'économie, à l'instar d'autres pays comme les Etats-Unis, ou l'Allemagne.

Quelques chiffres clés de la dépense sportive en France (pas de chiffres équivalents en Alsace)

Unités contribuant à la dépense	2007	2008	2009	2010	2011
Ménage	16,4	16,7	16,5	17,1	17,6
Collectivité territoriales	10,2	10,6	10,8	10,6	11,6
dont					
Communes	9	9,3	9,4	9,3	10,2
Départements	0,8	0,8	0,8	0,8	0,7
Régions	0,5	0,5	0,6	0,6	0,7
Etat	4,1	4,3	4,3	4,4	4,6
Entreprises	3,2	3,3	3,3	3,3	3,3
Dépenses totales sportives	34	34,9	34,9	35,4	37,1
En % du PIB	1,8	1,8	1,9	1,8	1,9

Unité : en Milliards d'euros à prix courants

Sources : Chiffres clés du sport Juin 2014

Le sport en France c'est aussi :

- 300 000 emplois directs
- 7 milliards de valorisation de l'engagement bénévole (base SMIC)
- La dépense sportive totale représente 37,1 milliards € soit 1,9% du PIB, avec un taux de croissance de 4,8% par an.

SOUS-THEME 1 : COLLABORATION DU MOUVEMENT SPORTIF AVEC LES ENTREPRISES

→ **Le sport, avec ses atouts associatifs et ses sportifs de haut niveau (SHN), peut-il être reconnu comme un levier de développement économique d'un territoire?**

Objectif 1 : Identifier le modèle économique actuel du sport en France	
Les projets (phases)	<p>Autant le monde de l'économie est un concept quantifiable et mesurable, autant ces chiffres et tendances (quel est le nombre de sportifs non licenciés par exemple ?) sont absents de celui du sport en raison de sa culture principalement orientée sur la performance sportive davantage que sur les impacts sociaux et économiques. A cette méconnaissance s'ajoute une inconnue majeure : qu'est ce qu'un sportif ? Un sportif est une personne qui pratique une APS (activité physique et sportive), quelque soit son âge (des enfants aux seniors) son genre, son statut (bénévole ou professionnel) ; il consomme des biens d'équipements, il fréquente des espaces couverts, extérieurs ou de pleine nature. On estime le nombre de sportifs licenciés en Alsace à 450 000 et le nombre de pratiquants (personne pratiquant une APS au moins 1H par semaine) à plus de 50 % de la population (en Alsace ce chiffre est supérieur à la moyenne nationale).</p> <p>A la question de savoir où se situe l'Alsace par rapport à la moyenne française, il est répondu : inférieure en nb d'équipements sportifs et en professionnels du sport, en résultats de haut niveau, mais supérieure en nb de cadres bénévoles et en sites de sports de nature. L'attractivité sportive alsacienne peine également à être reconnue dans les médias.</p> <p>Le sport, comme toute activité organisée dans la société civile, comporte un volet économique, mais il est dirigé par des bénévoles.</p> <p style="text-align: center;">L'évolution du modèle économique suppose 3 préalables :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Une prise de conscience par l'utilisateur et le licencié du coût réel de l'organisation des APS - L'identification de l'impact éducatif comme un volet propre à l'Education nationale. - La maîtrise des engagements financiers des acteurs du sport <p>Elargir l'offre à toutes les nouvelles tendances des pratiques sportives et les nouveaux types de pratiquants, tant dans les équipements sportifs à ouvrir que pour les professionnels à former.</p> <p>Définir de manière concrète ce que consomme et produit un sportif au niveau de l'économie afin de pouvoir comptabiliser les données économiques. Par exemple, le comité olympique souhaite créer un « compte satellite du sport » qui est un compte où tous les flux financiers du sport seraient comptabilisés</p> <p>Identifier la population des non licenciés et leur poids économique</p> <p>Rapporter les chiffres de la dépense sportive de la France à l'échelle de l'Alsace</p>
Moyens	<p>Identifier des actions concrètes et des cibles de population qui génèrent de l'économie. Apprendre à évaluer les impacts économiques (ex du Rallye d'Alsace), en l'absence de connaissances dans ce domaine.</p>
Correctifs	<p>Il n'y a guère de mesure de l'impact économique du sport même si celui-ci est réel</p> <p>Le monde sportif ne sait pas comment chiffrer les retombées économiques, et les présidents de clubs ne s'appuient que rarement sur cette compétence qui demande de l'anticipation.</p>
Notes et commentaires	<p>On constate un manque de données sur les pratiquants libres et les non pratiquants.</p> <p>L'objectif économique voudrait que l'offre soit diversifiée et que la demande soit forte. Il s'agirait donc de ne pas restreindre le champ du sport aux licenciés en clubs, mais élargir à tous les statuts, âges et types de pratiquants.</p>

Objectif 2 : Rapprocher le monde du sport avec celui de l'entreprise	
<p>- 15% des salariés en France pratiquent une activité sportive régulière dans le cadre de l'entreprise. Elle peut être organisée ou non par le lieu de travail. Le chiffre semble faible y compris dans les entreprises proches du marché sportif.</p> <p>- Environ 55% des français pratiquent le sport de manière régulière (64% des plus de 15 ans)</p>	
Les projets (phases)	<p>Relayer dans le monde de l'entreprise, les volets prévention primaire et secondaire du sport sur ordonnance (volet curatif) ayant fait l'objet de l'expérimentation à Strasbourg est un bon exemple de démarche à grande échelle.</p> <p>Mettre en relation des SHN de toute l'Alsace avec des chefs d'entreprises via Agisport afin notamment de partager des pratiques du SHN avec les actions issues de la culture d'entreprise (gestion du stress, management de projet etc.)</p> <p>Analyser les besoins des entreprises en matière sportive au-delà de la retombée d'image (ex. journée sportive des enfants des salariés).</p> <p>Développer l'offre d'animation de l'entreprise au-delà d'un sponsoring classique : en faire un outil managérial.</p> <p>Identifier la lisibilité des associations sportives pour créer de la plus value économique. Les associations peinent à offrir aux entreprises des lieux de pratiques sportives en raison d'une situation structurelle : elles ne sont pas propriétaires de leurs installations, et leur offre est insuffisamment diversifiée.</p> <p>Rechercher des leviers d'intérêt pour les entreprises, par exemple en faisant du coaching sportif adapté, en proposant les bienfaits du sport-santé, la conduite de projet ou encore le team-building ou les clubs d'entreprise.</p>
Moyens	Le MEDEF a créé un groupe de travail sur les gains de productivité du sport en entreprise.
Correctif	<p>les informations sur les bienfaits d'une activité physique dans le cadre de l'entreprise se retrouvent à l'étranger mais rarement en France</p> <p>La pratique physique dans le monde de l'entreprise se heurte à des obstacles très prosaïques : l'absence de vestiaires et l'engagement de responsabilité de l'entreprise qui sur un cas de blessure d'un salarié en APS.</p>
Notes et commentaires	<p>Le monde du sport et de l'entreprise partagent des valeurs et des ingrédients communs à la réussite. Il faudrait donc établir un parallèle entre ces deux mondes.</p> <p style="text-align: center;">4 idées-forces se dégagent à ce stade :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Elargissement de la définition de l'offre sportive à toutes les nouvelles tendances et à toutes les strates de pratiquant sportifs de l'enfant au 4eme âge. 2. Etablir les balances économiques (budgets des associations, des évènements) mais aussi être en capacité de réduire les dépenses publiques de l'Etat (ex. baisse du coût de l'assurance-maladie par la pratique continue du vélo) 3. Identifier les valeurs partagées entre sport et entreprise. 4. Affiner les liaisons de plus en plus étroites entre sport et tourisme.

**Objectif 3 :
Associer le sport et le tourisme**

<p>Les projets (phases)</p>	<p>On constate que les domaines du sport, de la culture et du tourisme ne collaborent pas entre eux. L'exemple du tourisme est intéressant car il constitue un ensemble de pratiques atomisées à l'origine, mais qui ont su acquérir une cohérence et font l'objet de nombreuses études économiques. Le sport devrait aller dans le même sens en intégrant la logique économique au service du public : diversifier l'offre et augmenter la population de sportifs en demande. Par exemple, le volet bien-être du sport est un gisement certain de prestations pour les années à venir.</p> <p>La formation des éducateurs sportifs devrait intégrer un volet plus commercial d'accueil du public, spécialement dans les sports de nature. Les jeunes entrant dans ce métier ne devraient plus le choisir par défaut, mais être d'abord intéressés par l'adaptation à leurs différents publics.</p> <p>Les porteurs de projets devraient être formés à la réponse aux appels à projets.</p>
<p>Notes et commentaires</p>	<p>Pour intégrer le sport au monde économique, il faudra faire l'effort de définir les paramètres de l'activité sportive comme le tourisme l'a fait.</p> <p>En matière de support touristique, il faut défaire le sport de son image de recherche de performance et le raccrocher au loisir et au bien-être.</p> <p>Les sites sportifs (type voies vertes) sont des éléments majeurs du développement du tourisme sportif dans un territoire.</p> <p>La création de plus values s'opère par des événements innovants (type slow up).</p> <p>Une étude INSEE a montré que dans le tourisme du massif vosgien, le sport est le 3^{eme} poste de dépense après l'hébergement et la restauration. Ainsi, un évènement sportif bien organisé génère entre 2 et 11 fois plus de dépenses dans le territoire que de recettes de la manifestation.</p> <p>Un touriste cycliste dépense 30€ de plus par jour qu'un touriste automobiliste.</p> <p>Une demi-journée ou une journée de randonnée se calcule en nuitée supplémentaire par les hoteliers.</p>

→ SOUS THEME 2 : Raréfaction des ressources publiques

Objectif 1 : Aider les associations dans les aspects managériaux	
<p>A l'heure où la concurrence entre les événements sportifs est un enjeu presque mondial, les Etats ont une tendance naturelle à se retirer du jeu : pourtant les associations, reconnues comme des agents économiques, remplissent un service économique d'intérêt général au sens de l'Union européenne. Le nerf de la guerre reste l'argent disponible car nous sommes dans une conjoncture économique difficile, les collectivités baissent leurs contributions et les entreprises privées réduisent certains postes de dépenses. Exemples des abandons du Décastar de Mulhouse et du Rallye d'Alsace).</p>	
Les projets (phases)	<p>Aider les associations à se professionnaliser en leur apportant de la compétence et en les soutenant dans leur projet fédéral qui devra être bien structuré, porteur de plus value, et viable afin de pouvoir attirer des partenaires financiers. Un guide des bonnes pratiques de management budgétaire serait fort utile.</p> <p>Dans le même temps, il faudrait inciter les chefs d'entreprises par le biais des avantages qu'ils peuvent en tirer (allègements fiscaux ou autres) à faire du sponsoring/mécénat pour les associations.</p> <p>Inciter aux regroupements de clubs trop petits pour présenter un intérêt économique pour les entreprises (exemple du Danemark où l'on embauche à partir de 350 licenciés au minimum).</p> <p>Il serait intéressant de disposer d'une cartographie des grandes entreprises en Alsace qui sont liées aux activités sportives pour en avoir une meilleure connaissance.</p> <p>Communiquer sur la possibilité de disposer de crédits de fonds européens qui peuvent aller jusqu'à 50% de financement du sport bien-être au bénéfice des salariés dans les entreprises.</p>
Moyens	<p>L'entreprise « Sport-Union » qui est une agence conseil en marketing et mécénat sportif et qui peut aider les clubs à vendre leur projet aux entreprises.</p> <p>Créer un groupement d'employeurs</p>
Correctif	<p>Absence de centre de décision en Alsace pour la mise en relation entreprises/associations. Par exemple, la SIG n'a pas trouvé de partenaires pour son parcours européen en 2015.</p>
Notes et commentaires	<p>En France, les compétences managériales et budgétaires ne sont pas formément dans la présidence de clubs : leur disponibilité est souvent supérieure à leur savoir faire de gestionnaire.</p> <p>Les collectivités territoriales, commencent à prendre en compte la demande croissante des usagers sportifs non organisés en favorisant la pratique des sports de nature et en ouvrant encore timidement les équipements à une fréquentation libre.</p>

28/07/2015 10:10

ANNEXE : LISTE DES PRESENTS A LA COMMISSION SPORT ET ECONOMIE DU 19 MAI 2015

- Monsieur Damien RILLIARD, Agisport (président)
- Monsieur Alain GREWIS, Inspecteur – DRJSCS Alsace (rapporteur)
- Monsieur Michel CERCIAT, Consultant Cognitii
- Monsieur Christian WERDERER, Consultant Cognitii
- Monsieur Vincent SZULC, DRJSCS Alsace (rapporteur)
- Monsieur Gauthier BARTHELME, SATD
- Monsieur Yves DEMANGEL, Agence d'Attractivité Alsace
- Monsieur Ludovic LECHNER, MBF
- Monsieur Marc LEVY, Agence de Développement Touristique du Bas-Rhin
- Monsieur Laurent MACE, DIRECCTE
- Madame Carole HAURY, Conseil Régional Alsace
- Monsieur Julien PIERRE, Université de Strasbourg
- Monsieur Paul-André TRAMIER, Expert, membre du CNOSF
- Monsieur Marc WILB, Journal l'Alsace
- Monsieur Laurent NGUYEN, DRJSCS Alsace