



La filière sport prend ses marques

01

La filière sport
en France :
périmètre,
tendances
et acteurs

02

Stratégies
de croissance
et recompositions
sectorielles
des entreprises

03

Les enjeux
territoriaux

04

Les jeux de
Paris 2024,
une opportunité
pour l'économie
du sport



01

LA FILIÈRE SPORT EN FRANCE : PÉRIMÈTRE, TENDANCES ET ACTEURS

La filière sport en France

Une nouvelle place du sport dans la société

UNE IMAGE EN RÉSONNANCE AVEC LES TENDANCES SOCIÉTALES

Épanouissement **personnel**
et **convivialité** choisie

Contact avec la **nature**

Allongement de la vie
et **capital santé**

L'ÉMERGENCE DE NOUVELLES PRATIQUES

Diffusion parmi les **seniors**
et les **femmes**

Loisirs plutôt
que compétition

Besoins de **flexibilité**
et d'individualisation

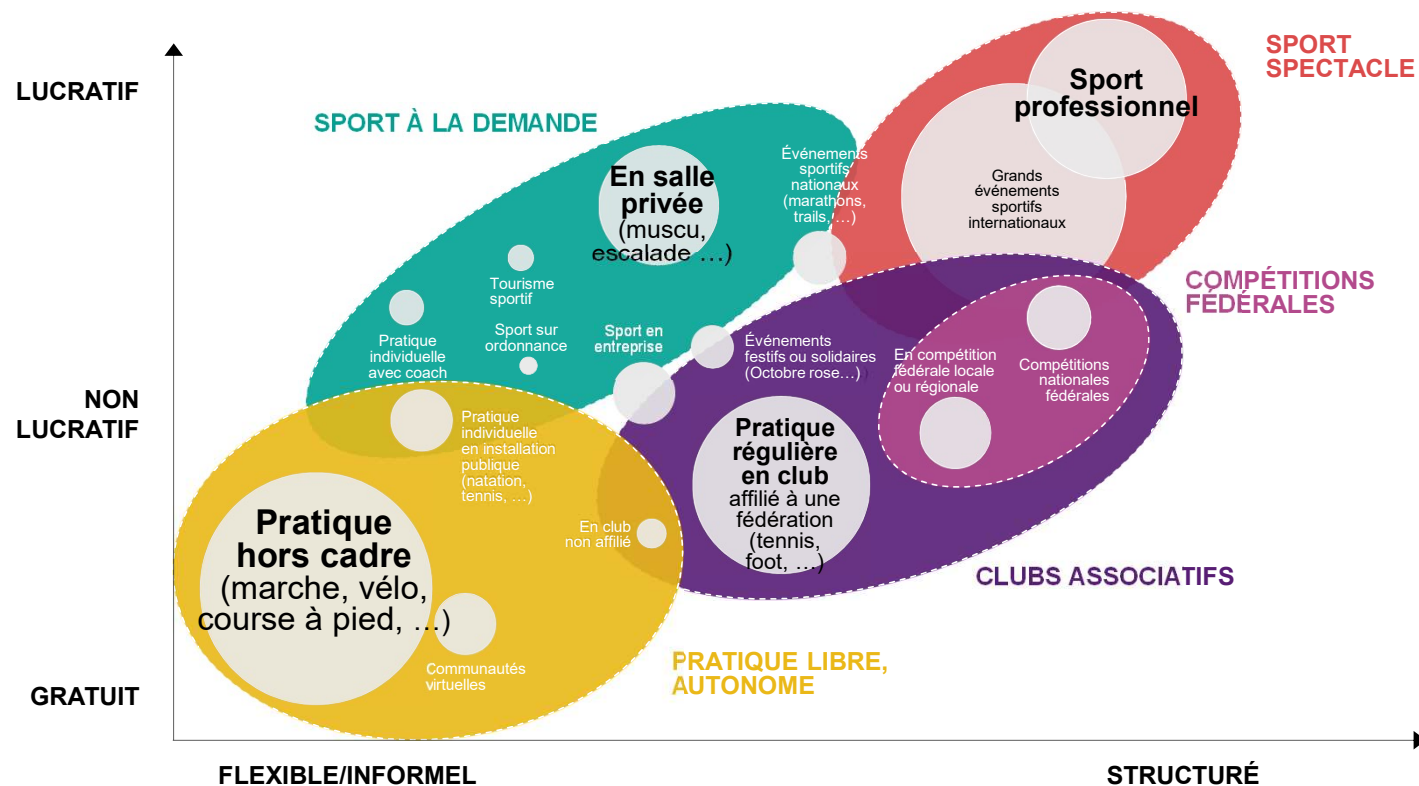
MASSIFICATION ET DIVERSIFICATION DES USAGES

61% des Français
déclarent avoir une **activité**
physique régulière

Source : Le baromètre de la Fédération française
d'éducation physique et de gymnastique volontaire
(FFEPGV).

La filière sport en France

Massification de la pratique, diversification des profils, individualisation des besoins

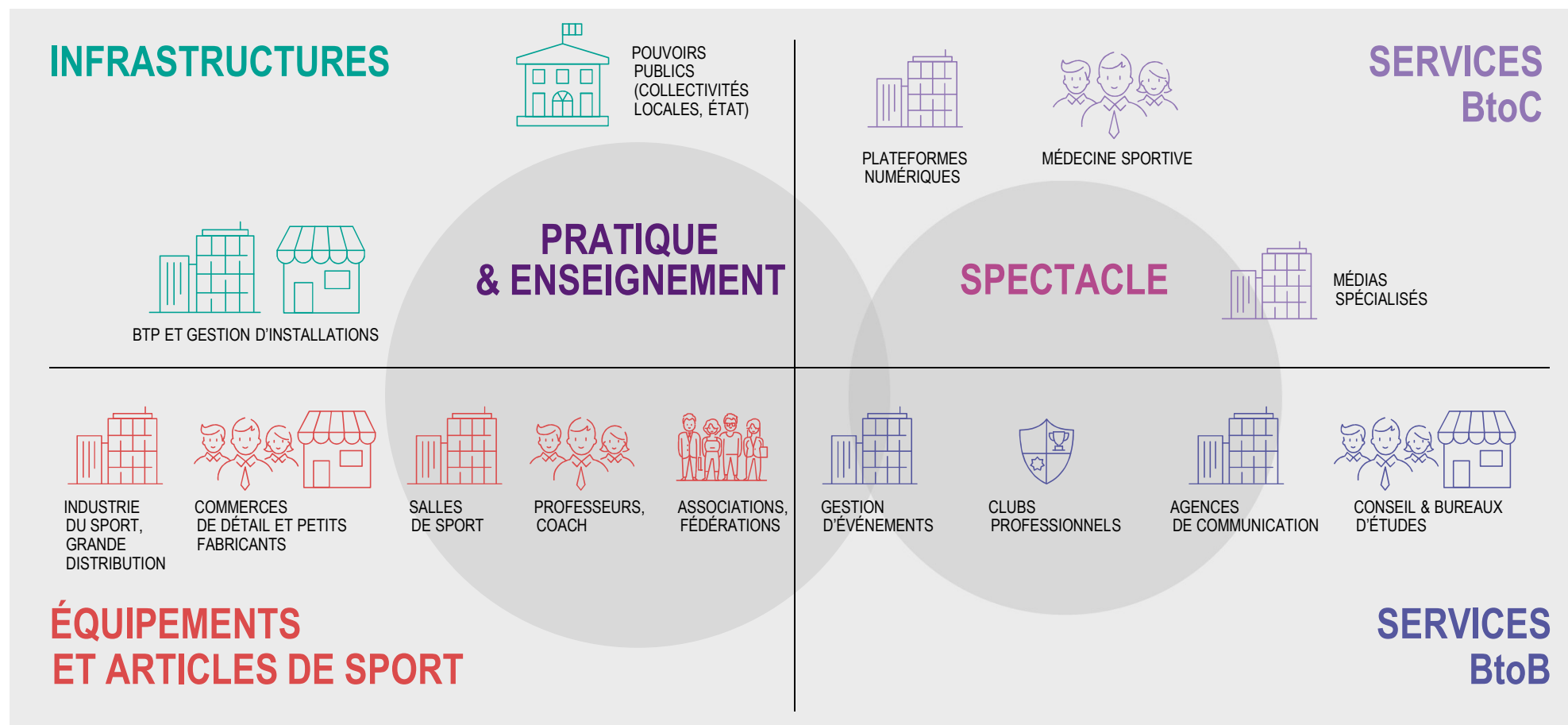


4

UNIVERS
DE PRATIQUES
ET D'USAGES
DU SPORT

La filière sport en France

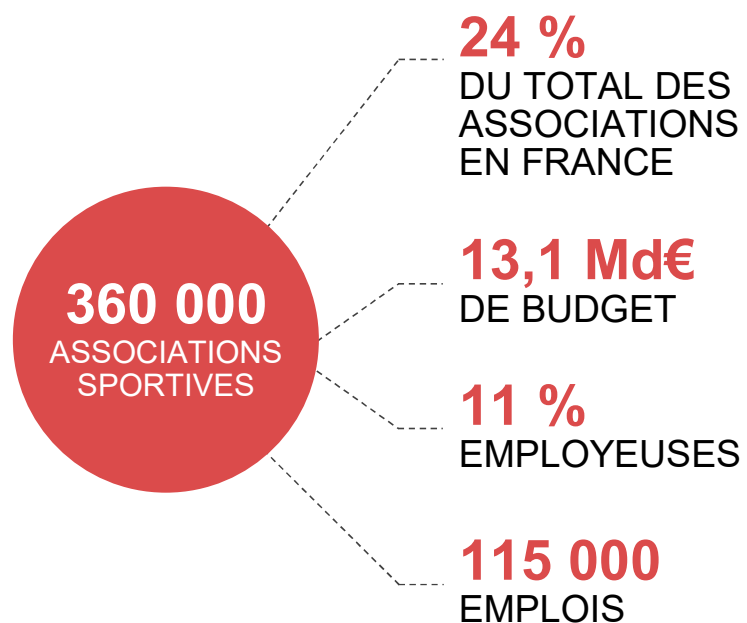
Une filière intégrée et structurée



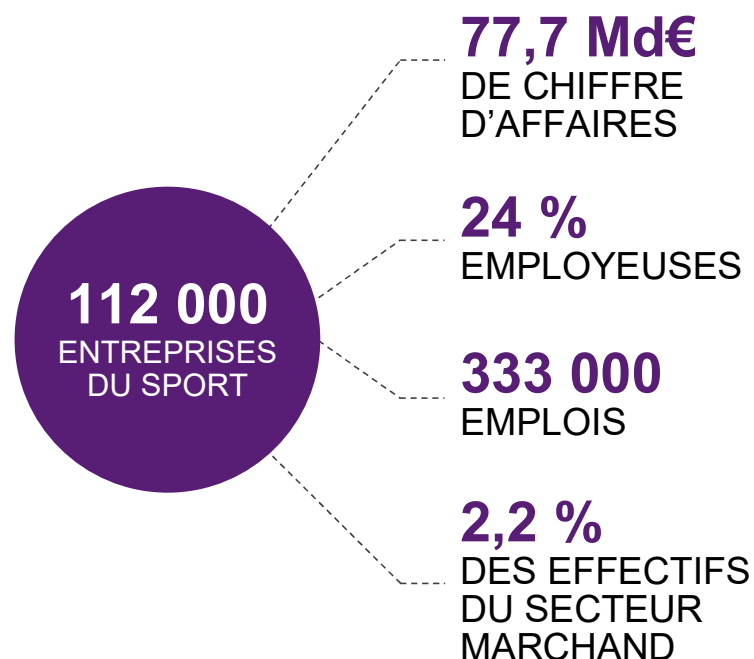
La filière sport en France

Le poids économique des acteurs

ASSOCIATIONS

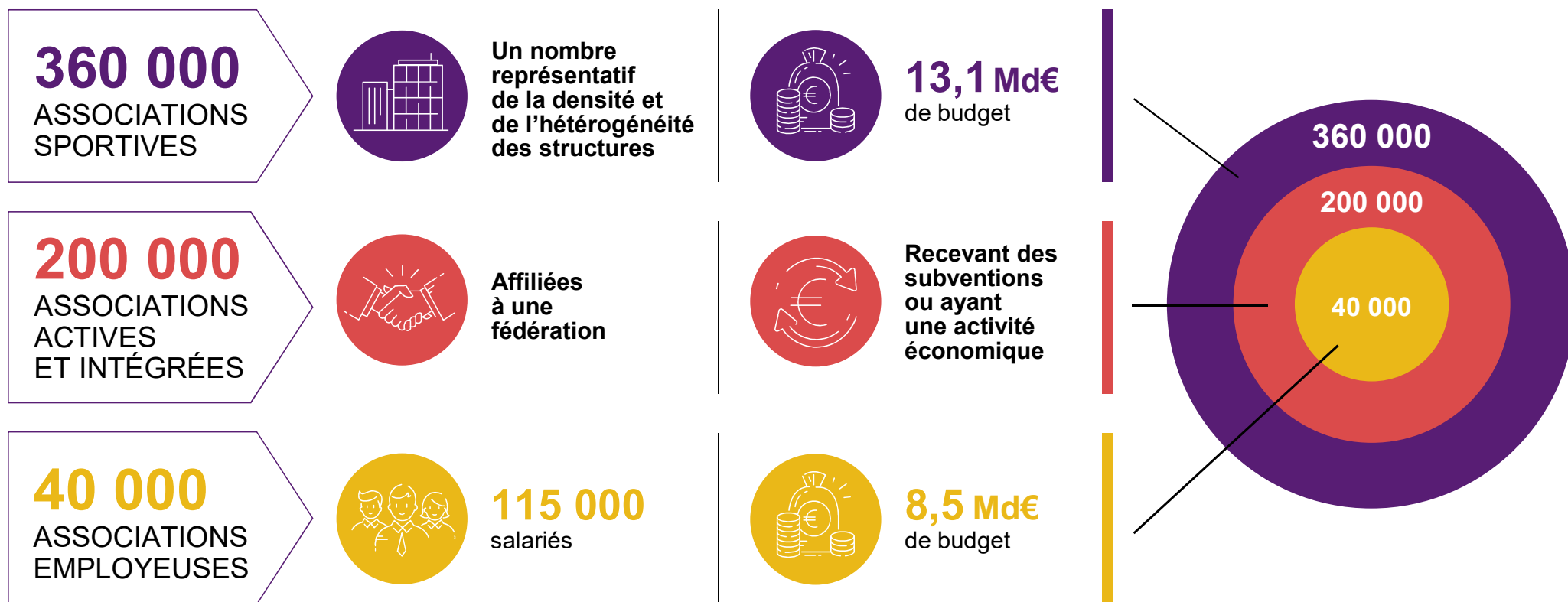


ENTREPRISES



Les associations sportives

3 repères chiffrés représentatifs d'univers et d'angles d'analyse différents



Sources : V. Tchernonog, L. Prouteau, *Le Paysage associatif français*, 2019 ; Répertoire National des Associations ; Ministère des Sports ; Base Sirene Insee ; calculs & analyses BPCE L'Observatoire

Les associations sportives

Profil des associations sportives

BÉNÉVOLAT, LA CHEVILLE OUVRIÈRE

LE SPORT
EST LE SECTEUR

N°2

EN NOMBRE
DE BÉNÉVOLES

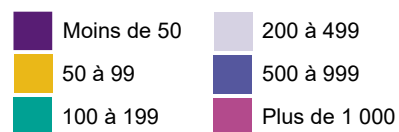


AVEC
364 000
BÉNÉVOLES (ETP)

7,8 M
DE PARTICIPATIONS
EN 2017

UN UNIVERS TRÈS FRAGMENTÉ

STRUCTURE DES ASSOCIATIONS SELON LE NOMBRE D'ADHÉRENTS (EN %)

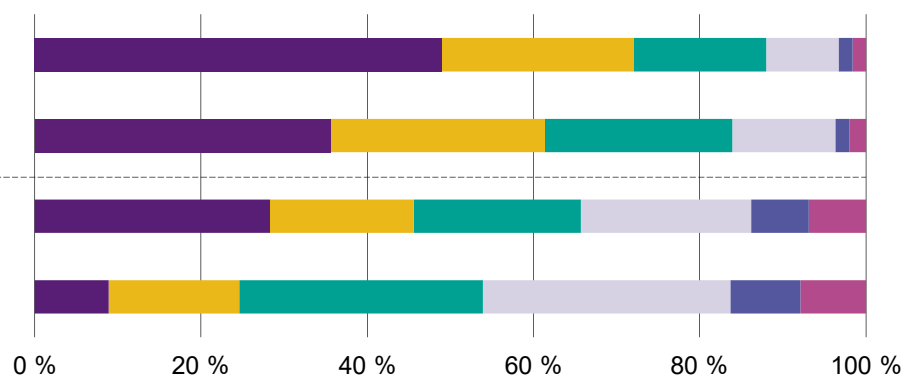


Toutes associations

Associations sportives

Toutes associations
employeuses

Associations sportives
employeuses



62 %
DES ASSO.
SPORTIVES
ONT MOINS
DE 100
ADHÉRENTS

Source : V. Tchernonog, L. Prouteau,
Le Paysage associatif français, 2019

Les associations sportives

Des associations tournées vers leurs adhérents



70 %

de leur budget,
soit 9,2 Md€ provient
des adhérents / usagers

Contre seulement

22 %

des ressources
publiques



**Un mécénat
relativement
fréquent**

8 %

du budget
mais **39 %**
en bénéficient

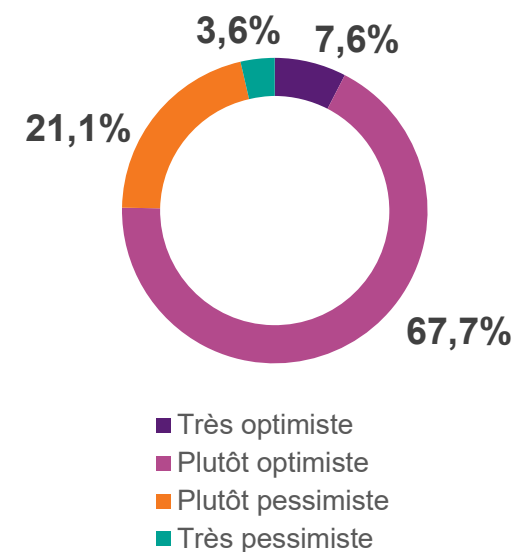
14 %

ne pourraient
pas s'en passer



**Une vision
optimiste
du futur**

PERCEPTION DE L'AVENIR



Source : V. Tchernonog, L. Prouteau, *Le Paysage associatif français*, 2019.

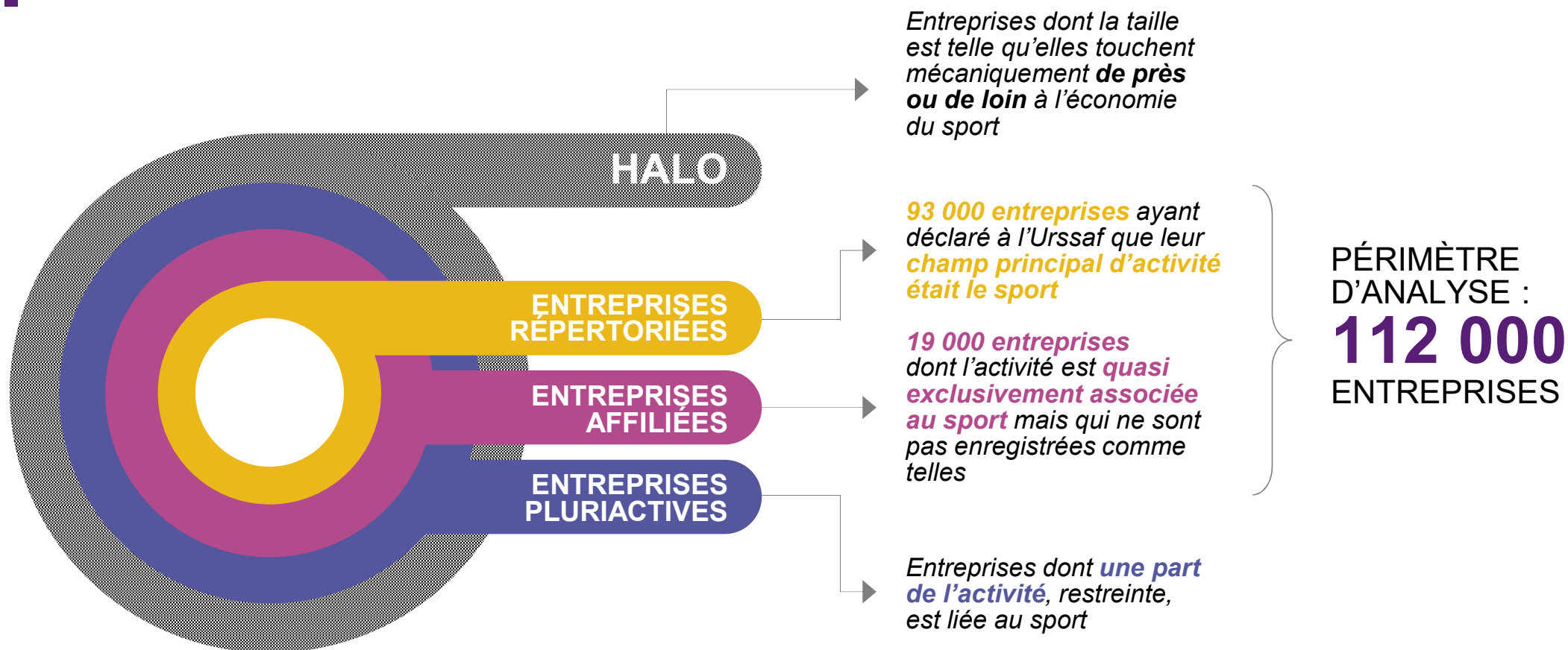
Source : enquête Kantar – BPCE L'Observatoire 2020



102

STRATÉGIES DE CROISSANCE ET RECOMPOSITIONS SECTORIELLES DES ENTREPRISES

Identifier les entreprises du sport



Entre fragmentation et concentration

Un dynamisme démographique porté par la création de petites entités

UN DOUBLEMENT DES ENTREPRISES EN 10 ANS...

Milliers d'entreprises



... SERVI PAR UNE PUISSANTE DYNAMIQUE DE CRÉATION

EN MOYENNE CRÉATIONS
11 000 PAR AN
SUR 10 ANS

En 2017

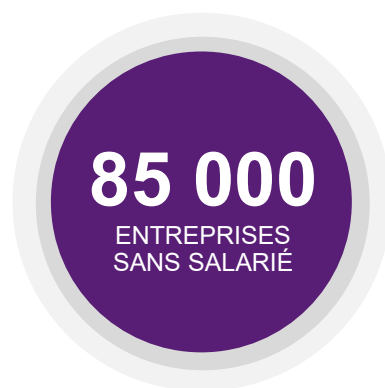
13 %
CRÉATIONS

1 %
DÉFAILLANCES

Entre fragmentation et concentration

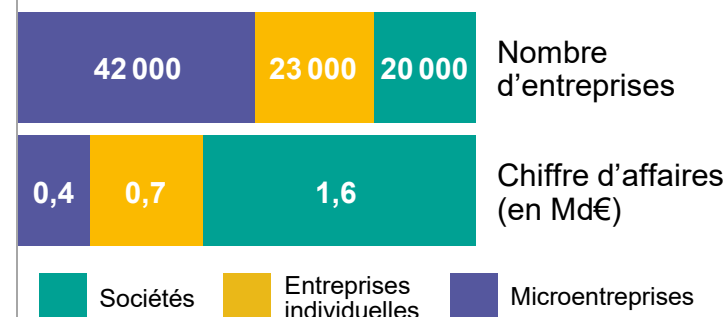
Une multitude d'entreprises, mais un poids économique très concentré

UNE
FRAGMENTATION
ENTRETENUE
PAR LES
ENTREPRISES
SANS SALARIÉ



2,7 Md€
DE CHIFFRE
D'AFFAIRES

LES ENTREPRISES SANS SALARIÉ
PAR STATUT



MAIS UN POIDS
ÉCONOMIQUE
TRÈS CONCENTRÉ



44 Md€
DE CHIFFRE
D'AFFAIRES

QUI SONT LES ENTREPRENEURS DU SPORT ?

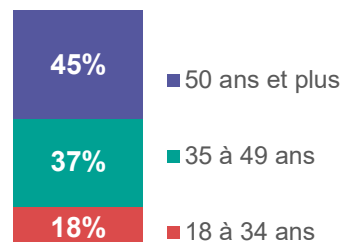
Des dirigeants optimistes et passionnés

Profil : les chefs d'entreprises du sport...

66%

SONT DES
HOMMES

PRÈS DE
1/2
A PLUS
DE 50 ANS



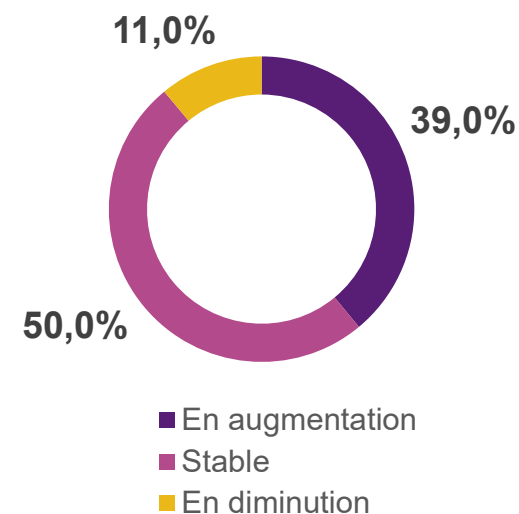
... SONT
PASSIONNÉS

95% pratiquent un **sport**

71% considèrent la pratique sportive
comme un **critère important de recrutement**

41% pratiquent le **mécénat / sponsoring**
(dont 80 % de ceux au chiffre d'affaires > 1 M€)

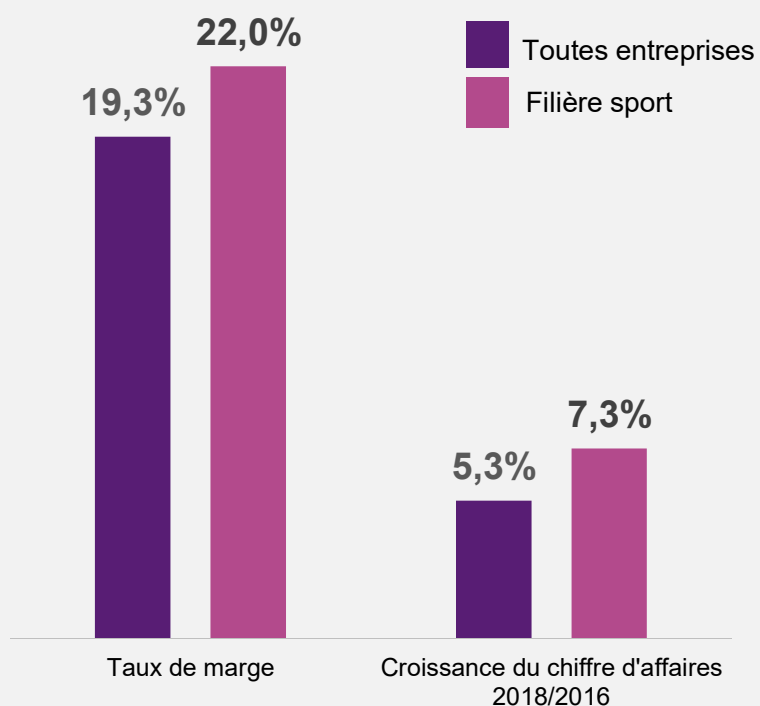
Comment votre chiffre
d'affaires va-t-il évoluer
au cours des 12 prochains
mois ?



Source : enquête Kantar – BPCE L'Observatoire 2020

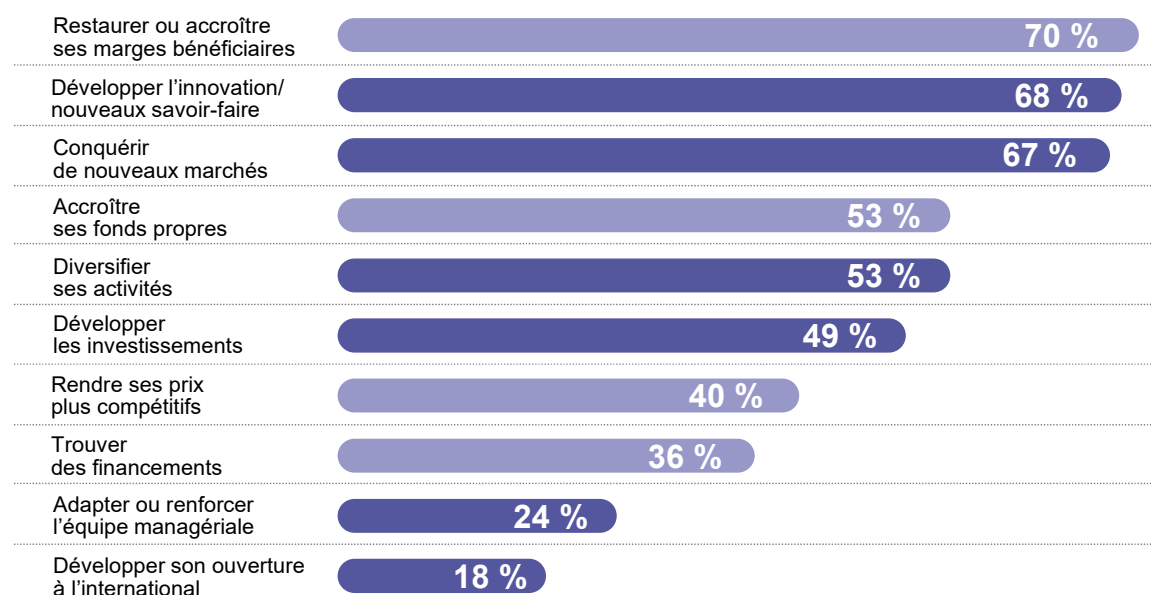
Logiques de croissance

Un secteur particulièrement tourné vers la croissance



Source : Altares, traitements BPCE.

Parmi les objectifs suivants, lesquels sont actuellement pour votre entreprise une préoccupation prioritaire ?

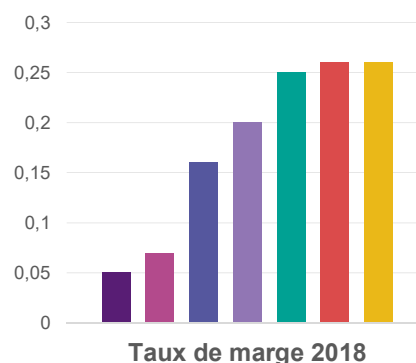
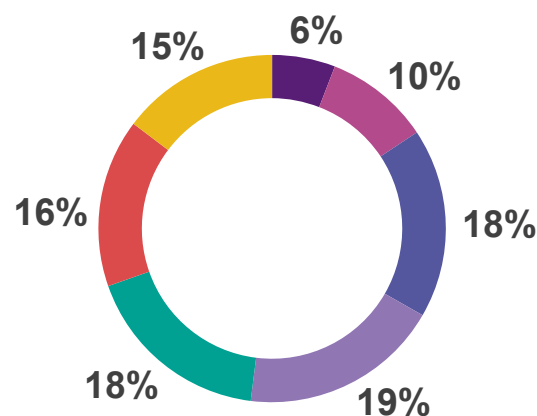


Source : enquête Kantar-BPCE L'Observatoire 2020.

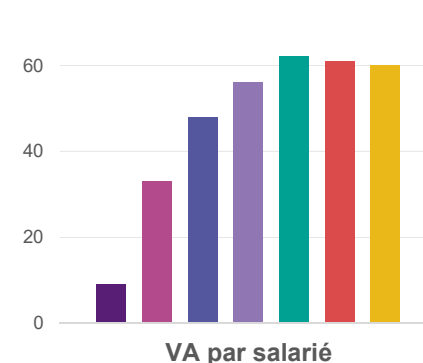
Logiques de croissance

Des disparités de performances marquées entre 2014 et 2018

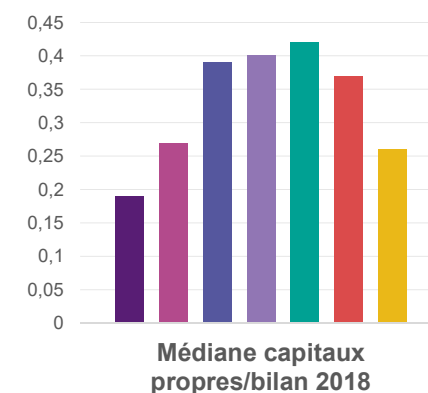
RÉPARTITION DES ENTREPRISES PAR TRANCHE DE CROISSANCE DU CA ENTRE 2014 ET 2018



Des écarts de performance importants qui se sont accrus sur la période

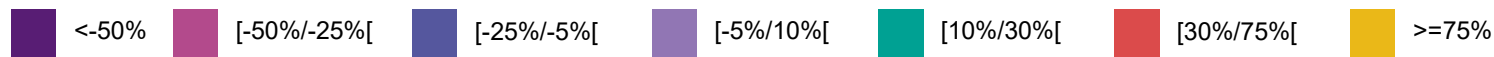


Une **corrélation élevée** entre le taux de marge et la croissance économique



Un **lien moins marqué** entre croissance économique et solidité financière au-delà d'un certain niveau : une croissance très soutenue suppose une prise de risque

Variation du CA 2018/2014



Analyse fondée sur le suivi d'une cohorte de 9 000 entreprises entre 2014 et 2018. Source : données Diane+/BVD, calculs et analyses BPCE.

Logiques de croissance

Des écarts de performance qui s'expliquent par des stratégies de croissance



Analyse fondée sur le suivi d'une cohorte de 9 000 entreprises entre 2014 et 2018.
Source : données Diane+/BVD, calculs et analyses BPCE.

18 %

de **précaires** cumulent un recul de leurs ventes et une situation financière difficile

16 %

de **convalescentes** ont fait le choix de restaurer leur situation économique

17 %

de **volontaristes** ont pris des risques

18 %

de **robustes** adoptent un comportement prudent et favorisent leur santé financière

12 %

d'**exploratrices** prennent des risques pour se développer rapidement

18 %

de **championnes** s'appuient sur une situation financière solide

Dynamiques sectorielles

Une dynamique globale de transformation, des degrés de maturité différents

ENSEIGNEMENT



des entreprises du sport
sont des structures
d'enseignement

SALLE DE SPORT



des salles de sport
présentent un profil
de risque élevé

LOCATION



Le nombre d'entreprises
de location de matériel
sportif a doublé en 10 ans

DISTRIBUTION



des parts de marché
du secteur sont détenues
par Décathlon

INDUSTRIE



de taux de marge,
en contraction depuis 2014

SERVICES SPÉCIALISÉS



de croissance du chiffre
d'affaires médian sur 5 ans



03

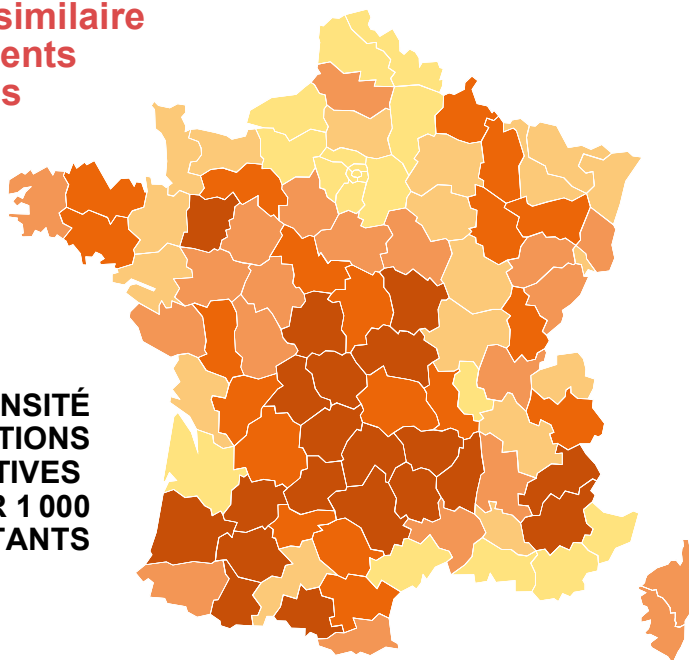
LES ENJEUX TERRITORIAUX

Le tissu associatif

Des relations étroites avec les collectivités territoriales

Un maillage similaire
des équipements
publics et des
associations

DENSITÉ
D'ASSOCIATIONS
SPORTIVES
POUR 1 000
HABITANTS

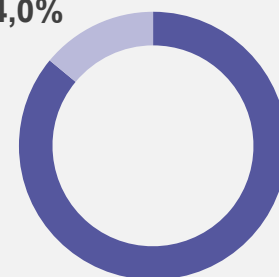


<2,25 [2,25-2,50[[2,50-2,85[[2,85-3,25[>3,25

Analyse fondée sur le suivi d'une cohorte de 9 000 entreprises entre 2014 et 2018.
Source : Source: ministère des Sports

PART DES
ASSOCIATIONS
UTILISANT DES
INFRASTRUCTURES

14,0%



86,0%

42%

PENSENT QUE CES
INFRASTRUCTURES
POURRAIENT ÊTRE
AMÉLIORÉES

Le sport, maintien
d'un **lien social**
en zone rurale

Une **forte coopération**
entre collectivités
locales et associations
sportives

La question
du **financement**
et de l'adaptation
des infrastructures

Source : enquête Kantar-BPCE L'Observatoire 2020.

Quelles pratiques sportives dans les territoires ?

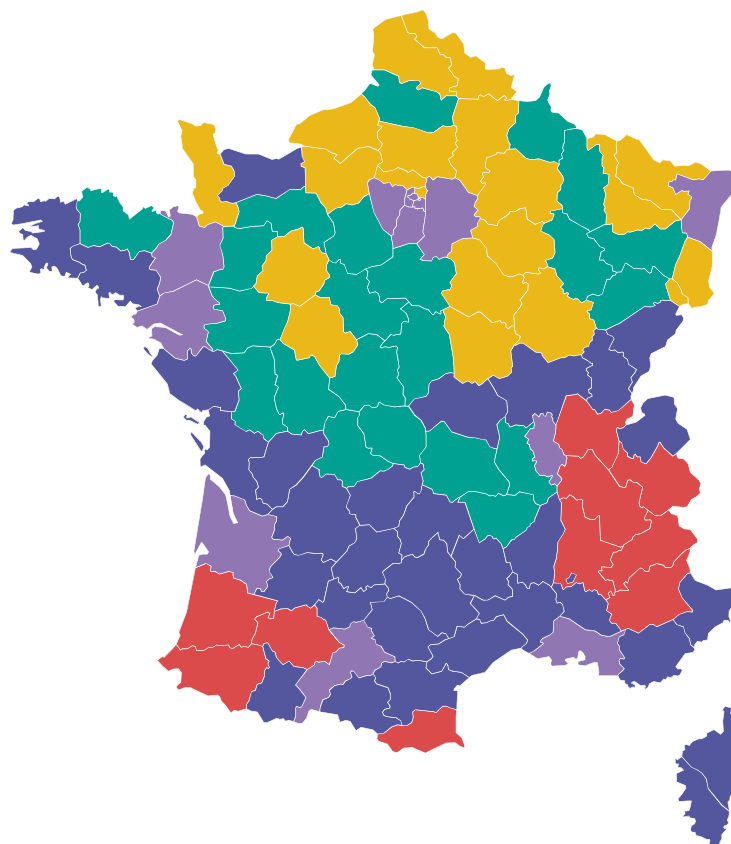
Une complémentarité entre offre privée et présence associative

Les Champions

- Très fort taux de licenciés et d'infrastructures
- Offre privée et associative
- Hauts lieux de la pratique

Les Distanciés

- Départements économiquement fragiles
- Collectivités locales peinant à maintenir un niveau d'investissement suffisant
- Offre privée et offre associative faibles
- Départements prioritaires dans le cadre d'une politique sportive de développement territorial



Les Associatifs

- 85 % de communes rurales
- Implication des collectivités (investissement) et offre associative permettant de maintenir une pratique élevée

Les Autonomes

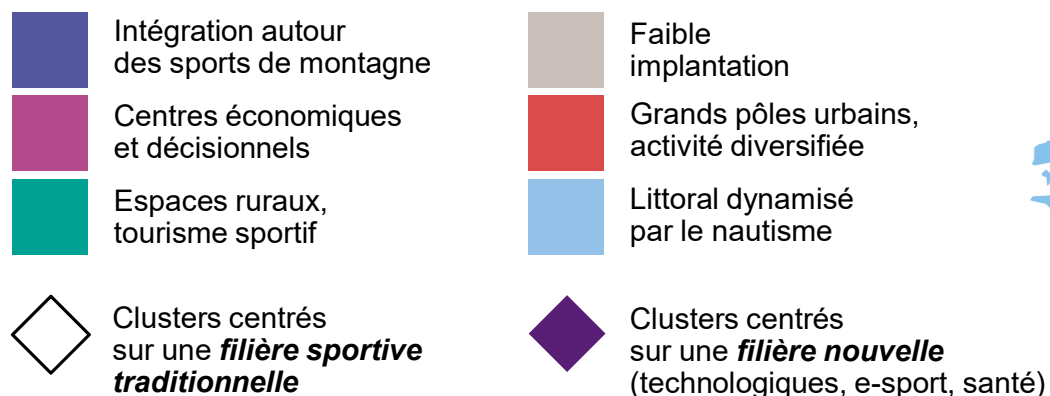
- Aire d'influence des métropoles (riches et dynamiques)
- Population urbaine aux horaires contraints, en recherche de flexibilité et d'indépendance : offre privée importante

Les Découvreurs

- Attrait géographique et tourisme sportif
- Offre associative significative et offre privée tournée vers le tourisme

Entreprises et logiques géographiques

Une implantation qui doit beaucoup aux atouts territoriaux

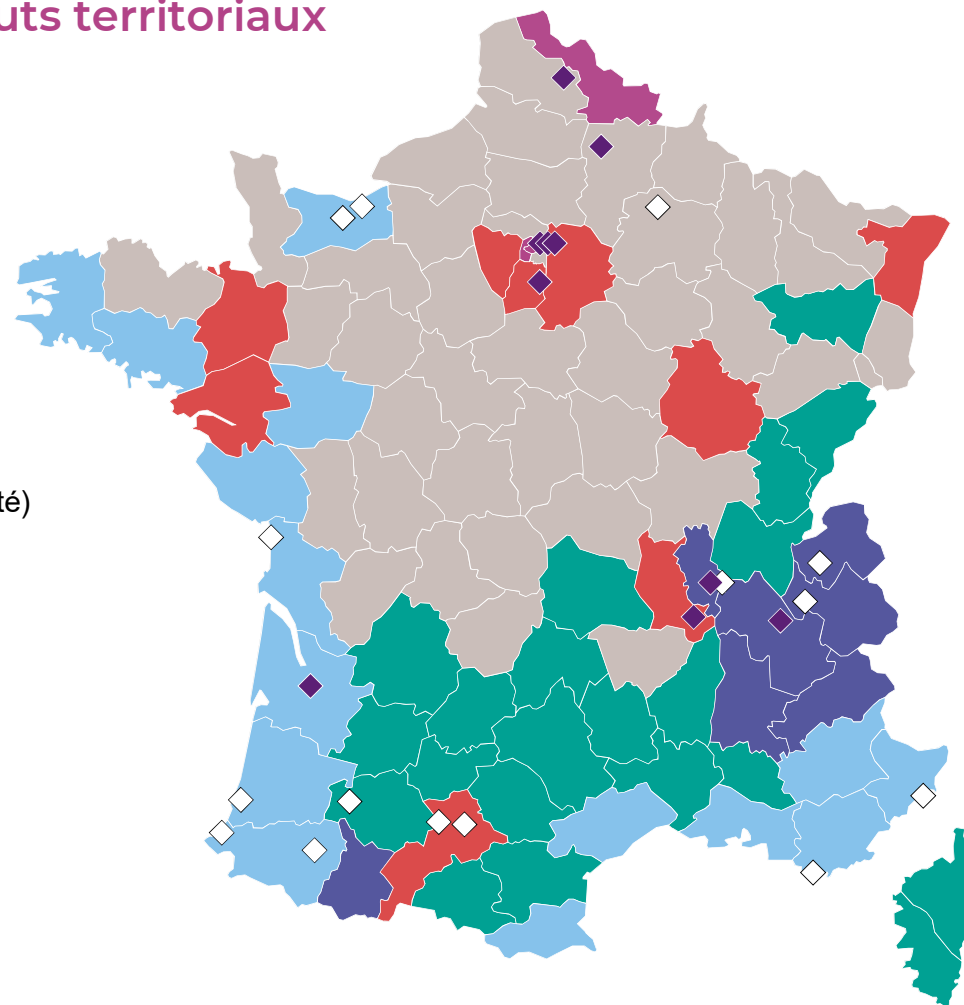


2

LOGIQUES
DE CLUSTERISATION
DANS LE SPORT

CONSOLIDER
UNE **FILIÈRE**
TRADITIONNELLE
DYNAMIQUE

MISER SUR
UN **SECTEUR**
À FORT POTENTIEL
DE CROISSANCE





104

LES JEUX DE PARIS 2024 : UNE OPPORTUNITÉ POUR L'ÉCONOMIE DU SPORT

Vision des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024

L'organisation des Jeux de Paris 2024 fait consensus dans la filière sport

UN A PRIORI TRÈS POSITIF

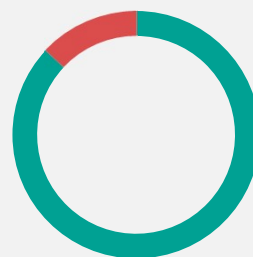


90%

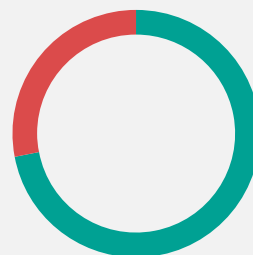
des acteurs du sport considèrent que c'est une bonne chose

DES ENTREPRISES PLUS OPTIMISTES POUR LEUR FILIÈRE

ENTREPRISES



ASSOCIATIONS



PRINCIPALES RETOMBÉES ATTENDUES DES JEUX DE PARIS 2024

- 1 Une **augmentation** de la pratique sportive chez les Français
- 2 Une plus grande **visibilité** du sport dans les médias
- 3 La **construction** et la **modernisation** d'infrastructures

Source : enquête Kantar-BPCE L'Observatoire 2020.



Retombées positives



Pas de retombées positives

Une implication multiforme

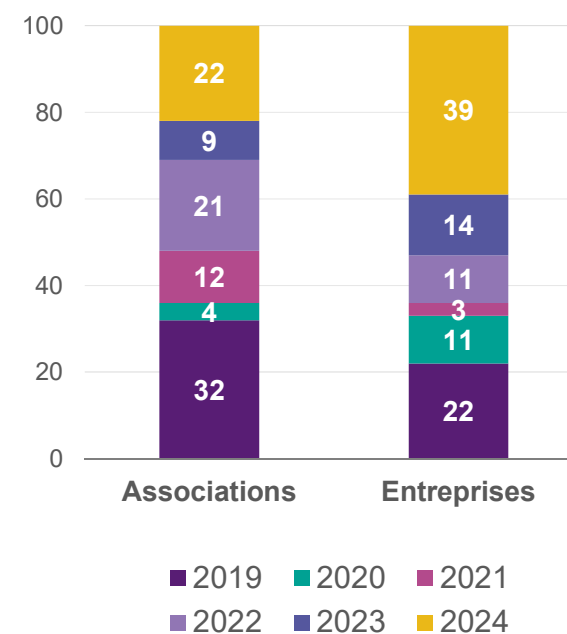
Qui s'affirmera avec le temps...

46%
DES ENTREPRISES
ET ASSOCIATIONS
SOUHAITENT
S'IMPLIQUER

COMMENT ?

- #1** Organiser des opérations de communication externe
- #2** Accompagner des athlètes ou fédérations dans leur préparation
- #3** Mobiliser les collaborateurs
- #4** Répondre à des appels d'offres
- #5** Mettre en place des partenariats ou des actions de mécénat/sponsoring

Pourcentage des entreprises et des associations souhaitant s'impliquer dans les Jeux

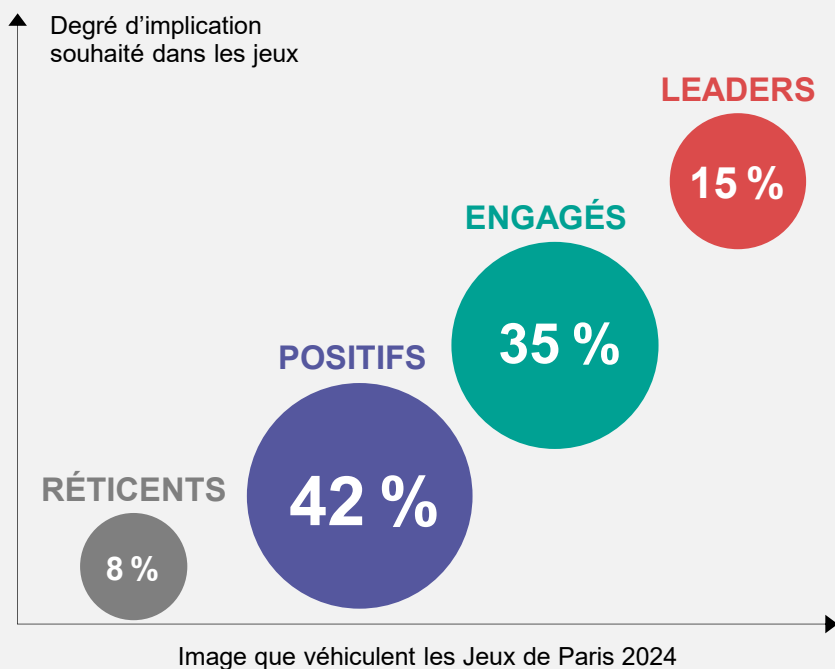


Source : enquête Kantar-BPCE L'Observatoire 2020

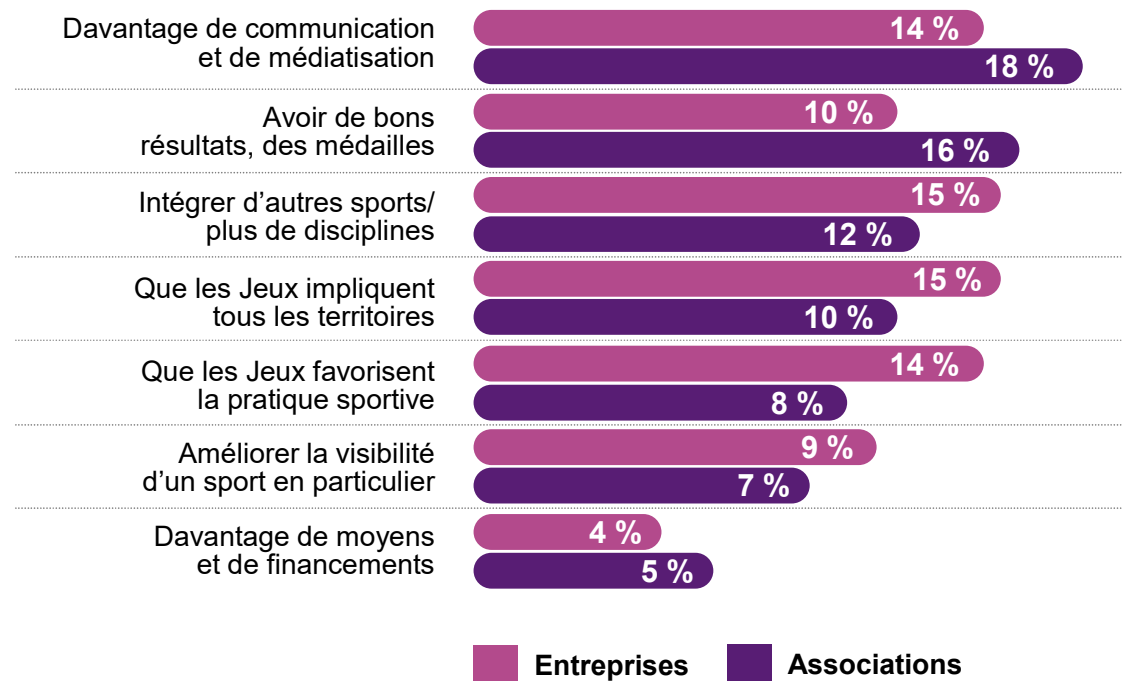
Un engagement à renforcer

Des acteurs en attente de jeux inclusifs

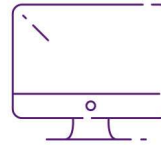
La moitié des acteurs est déjà engagée dans une démarche positive



De nombreux leviers identifiés pour renforcer l'impact des Jeux de Paris 2024 et finir de convaincre les indifférents



Source : enquête Kantar-BPCE L'Observatoire 2020.



Retrouvez *BPCE L'Observatoire*
sur le site **www.groupebpce.com**

