



2016 – FRANCE

00

DERATION



PARIS 2016

PARIS 2016



# AU-DELÀ DES COUPES ET DES MÉDAILLES, UNE **ÉCONOMIE** À PART ENTIÈRE

Associatif, marchand, public, le sport irrigue les territoires comme aucun autre secteur d'activité. Porté en Île-de-France jusqu'ici par une forte demande et l'organisation de grands événements, c'est aussi un créateur de lien social et d'identité territoriale.

\*\*\*\*\*

Laure Thévenot, socio-économiste,  
IRDS, L'Institut Paris Region



**F**avorisée par le développement et la diversification des pratiques sportives, la progression des dépenses sportives des ménages et l'organisation de grands événements, l'économie du sport est en pleine croissance en Île-de-France. Impliquant une multitude d'acteurs, elle participe à l'animation du territoire, où ses infrastructures occupent souvent de vastes emprises.

### UNE CROISSANCE CONTINUE

L'économie du sport représente directement plus de 100 000 emplois et 33 000 établissements dans la Région. Près de 80 % de ces derniers fonctionnent sans salariés. À titre de comparaison, l'économie du sport génère plus d'emplois en Île-de-France que la filière automobile ou que le secteur immobilier. Il s'agit d'activités liées aux pratiques (enseignement, gestion des équipements) ainsi qu'aux événements et compétitions organisés tout au long de l'année, mais aussi à la fabrication et au commerce de vêtements et d'articles de sport, cette dernière étant peu implantée en Île-de-France.

Mais le sport a un impact économique plus large en raison de son effet d'entraînement sur de nombreux autres domaines d'activités. Il est présent dans l'éducation, la santé, les médias, les activités récréatives, la construction d'équipements sportifs ou le tourisme, même s'il est difficile d'en mesurer les effets. De même, les outils de mesure sont peu adaptés pour identifier l'économie sportive créée par les associations et les acteurs publics. Il faut y ajouter l'effet indirect que constitue le sponsoring sportif auquel les entreprises ont recours dans tous les secteurs pour accroître leur renommée. Les acteurs territoriaux s'en saisissent aussi pour construire une image associée au bien-être, à la convivialité ou à la performance. C'est, par exemple, le cas de Paris Île-de-France Capitale Économique<sup>1</sup>, qui vient d'engager des travaux pour utiliser le sport comme source de promotion et d'attractivité du Grand Paris, en associant l'image de la métro-

pole aux valeurs du sport. À ce jour, aucune grande métropole européenne ne semble avoir allié durablement sa marque à celle du sport. Fait notable, l'emploi sportif – pour ce qui est mesurable – affiche une croissance continue, même lors de périodes économiques difficiles. Il s'est maintenu, par exemple, en 2008-2009, tandis que l'emploi salarié privé francilien perdait 2 % de ses effectifs. Depuis, la reprise de l'emploi a été modérée en Île-de-France (+2 %), tandis que l'emploi sportif continue à progresser fortement : + 17 % depuis 2010. Cette croissance a été plus soutenue en Île-de-France que sur l'ensemble du pays.

Dans les travaux de prospective sur les métiers (France Stratégie, DARES, 2015), le sport fait partie des secteurs fortement créateurs d'emplois, comme la majorité des services à la population (santé, action sociale, éducation, activités récréatives et culturelles, etc.). Les marges de progression sont encore nombreuses pour développer la pratique, tant pour réduire les inégalités d'accès que pour répondre aux enjeux de santé publique. Elles constituent autant de perspectives d'emplois.

Néanmoins, la disparition de certains dispositifs de soutien à l'emploi, la contraction des financements publics perdurant,

l'emploi sportif – associatif et public – pourrait connaître des évolutions moins favorables à terme. Le modèle économique des clubs reste fragile, et la professionnalisation s'est jusqu'à présent réalisée avec le concours des aides à l'emploi. Par ailleurs, les contraintes financières, cumulées à la rareté foncière et au développement de la pratique en extérieur nécessitant moins d'équipements consommateurs d'espace, pourraient diminuer leur impact physique sur le territoire et limiter l'apport économique des équipements sportifs. Cette tendance pourrait être néanmoins atténuée par une conception différente des équipements<sup>2</sup> et par la diffusion du sport dans l'ensemble de la ville, favorisant visibilité, animation et attractivité<sup>3</sup>.

PLUS DE 100 000 EMPLOIS  
ET 33 000 ÉTABLISSEMENTS  
DANS LA RÉGION

## UNE ÉCONOMIE DE L'EXPÉRIENCE

À bien des égards, le sport n'est pas un secteur d'activité comme les autres. Il participe d'abord d'une économie de l'expérience, où l'individu contribue à la réalisation du service. La localisation des différents segments d'activités du champ sportif est liée à la présence de la population et à ses besoins sur l'ensemble des territoires, le plus souvent à proximité de leur lieu de résidence. Un potentiel existe aussi pour développer la pratique sportive autour du lieu de travail.

C'est un secteur à fort ancrage local, du fait d'un tissu associatif dense et de l'existence de nombreux équipements. Seules 11 % des communes franciliennes ne disposent d'aucun équipement sportif. Selon la taille de l'équipement et le territoire d'implantation (rural, dense...), certains sont des pôles d'activité importants nécessitant une diversité d'emplois, comme les centres aquatiques ou certains équipements multisports (gardiens, personnels d'accueil, techniciens, jardiniers...). Les plus grands équipements, quant à eux, peuvent avoir un rayonnement bien au-delà de leur territoire d'implantation.

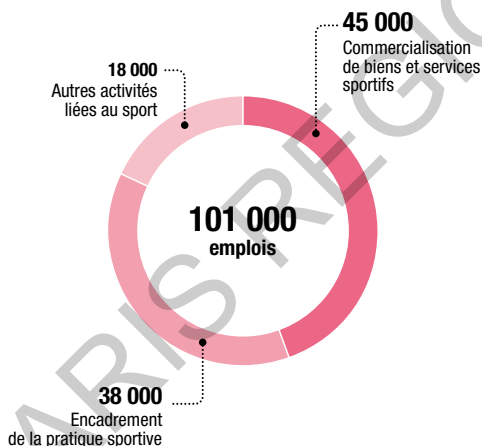
## UN POTENTIEL À CONFORTER

L'économie du sport est en outre assurée par une grande diversité d'acteurs, à la fois publics, marchands et associatifs. Les synergies entre acteurs aux statuts et objectifs variés sont nécessaires et doivent être renforcées. Sont ainsi concernés les équipements sportifs, dont la majorité est de propriété communale ou intercommunale, mais dont la gestion peut être publique ou déléguée à des acteurs privés.

L'enseignement de la pratique est historiquement assuré par des clubs ayant le statut associatif, mais aussi par des acteurs publics locaux (écoles multisports pour les enfants, activités sur le temps périscolaire...) et marchands. Parmi ces derniers, les entrepreneurs individuels sont les plus nombreux et en croissance depuis la création du statut d'auto-entrepreneur. Enfin, dans le domaine des grands événements,

## EMPLOI ET SPORT

**Plus de 100 000 emplois**  
en lien avec le sport en Île-de-France

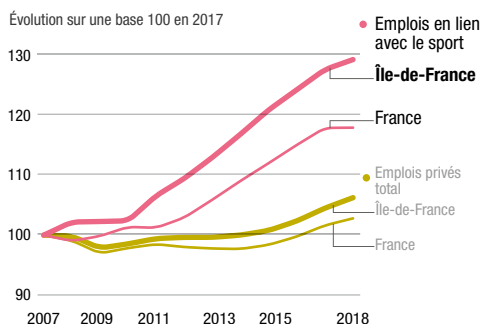


**Entre 300 000 et 450 000 bénévoles**



investis dans les associations  
sportives franciliennes

## Un secteur qui ne connaît pas la crise



© L'INSTITUT PARIS REGION, IRDS 2020  
Sources : Insee recensement de la population 2011,  
MEN-DEPP 2014-2015, CNFPT 2015 ;  
Recherches et Solidarités 2013, France bénévolat 2013,  
Urssaf - Acoess 2007-2018 (emploi salarié privé)



organisés par le mouvement sportif associatif ou par des acteurs privés ou publics, ils nécessitent la collaboration de tous, et en lien avec les entreprises d'autres secteurs d'activité (sécurité, marketing, médias...).

Le numérique est également source de croissance : plusieurs fédérations sportives se sont rapprochées d'entreprises du numérique pour faire évoluer leur offre. De même, plusieurs start-up accompagnent les collectivités publiques pour l'ouverture des équipements à de nouveaux publics via les outils digitaux. Il s'agit, par exemple, de louer sur le web des heures de gymnases à des créneaux horaires, comme l'heure du déjeuner, où ces équipements sont peu occupés.

## GRANDS CLUBS FRANCILIENS : PEU D'EFFETS D'ENTRAÎNEMENT

**L'implantation d'un club de haut niveau sur un territoire contribue à sa notoriété, son animation et son attractivité, notamment dans les sports collectifs, où les enceintes sportives peuvent drainer des milliers de spectateurs tout au long de l'année. À titre d'exemple, le football professionnel génère en France 35 000 emplois, et 59 % des collectivités accueillant un club estiment que ce dernier a un impact positif sur la prospérité du territoire\*.**

**Mais en Île-de-France, en dehors du PSG, il semble plus difficile de construire une notoriété et une visibilité grâce à la présence d'un club. Pourtant, 17 clubs franciliens évoluent en haut niveau en football, rugby, basket, handball ou volley-ball (jusqu'au deuxième échelon national pour les hommes, premier échelon pour les femmes). Comme dans le domaine économique, la diversification n'aide pas à la constitution d'une identité régionale. La concurrence avec d'autres activités, notamment culturelles, la faible médiatisation de certaines disciplines, ainsi que des équipements inadaptés conduisent à des audiences souvent faibles pour la majorité des clubs franciliens\*\*.** ■

\* Baromètre des impacts économiques et sociaux du football professionnel. Changement de rythme, Première Ligue, Union des Clubs Professionnels de Football, Ernst & Young, novembre 2017.

\*\* « Quel public pour les rencontres sportives franciliennes ? », Benoît Chardon, *Les dossiers de l'IRDS* n° 28, septembre 2014.

De nouvelles stratégies et organisations se mettent ainsi progressivement en place. Que ce soit au niveau national, avec la création d'une filière économique du sport, ou au niveau local avec la constitution d'incubateurs, de clusters, mais aussi d'activités sportives à visée touristique ou d'actions autour de l'accueil d'événements sportifs. La prise en compte de toutes les potentialités économiques du sport n'en est qu'à ses débuts.

## L'EFFET JEUX OLYMPIQUES

Mais le sport ne se résume pas à la seule dimension économique. Il est aussi et surtout un vecteur d'identité, de lien social et d'animation. Dans les associations sportives, les bénévoles sont nombreux pour faire vivre la pratique sportive, ainsi que des projets associatifs dépassant le cadre du sport et proposant des services d'insertion, d'intégration et d'éducation. Il est nécessaire d'avoir une vision d'ensemble des bienfaits du sport pour un territoire et de favoriser les synergies entre acteurs pour consolider les modèles économiques, structurer le réseau d'acteurs et optimiser les retombées.

Les perspectives d'accueil de grands événements sportifs, au premier rang desquels les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, mettent le sport sur le devant de la scène. De nombreux acteurs, parfois éloignés du champ sportif, intègrent désormais le sport dans leur stratégie de développement, à l'image de la SNCF, qui élargit son offre de service en gare<sup>4</sup>. C'est certainement le premier héritage intangible des Jeux. ■

1. Créée à l'initiative de la Chambre de Commerce et d'Industrie, Paris Île-de-France Capitale Économique est un réseau de grandes entreprises, fédérations professionnelles et établissements publics impliqués dans le projet du Grand Paris.
2. Voir dans ce numéro des *Cahiers*, l'article « Équiper autrement » de Gérard Baslé et Claire Peuvergne, p. 70.
3. Voir dans ce numéro des *Cahiers*, l'article « Un vecteur de convivialité » de Pascale Leroi, p. 148.
4. Voir dans ce numéro des *Cahiers*, l'article « Transformer les gares en lieux de sport » de Céline Cuchet, p. 131.