



RAPPORT

**L'IMPACT DU SPORT PROFESSIONNEL AU SEIN DE LA COMMUNAUTÉ
D'AGGLOMÉRATION DU BASSIN DE BOURG-EN-BRESSE**

29 Avril 2024

GROUPE PUBLIC FACTORY PF 10

*PERRIER Ludovic, FRITSCH Noam, CAILLAT Angèle, MATEU Julie
EGLEME Maud, VARANDAS TAVARES Loïs, MONNIN Camille*

PLAN DE LA PRÉSENTATION

PARTIE 1

RAPPEL DU CONTEXTE DE L'ÉTUDE

PARTIE 2

ÉTAT DE L'ART DE LA LITTÉRATURE SCIENTIFIQUE RELATIVE AU SUJET

PARTIE 3

ENSEIGNEMENTS DE L'ÉTUDE

- 1) AXE SOCIAL
- 2) AXE ENVIRONNEMENTAL
- 3) AXE ÉCONOMIQUE

PARTIE 4

CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS

Remerciements

Au fil de notre étude, de nombreuses personnes, en leur qualité toutes diverses, ont contribué du mieux qu'elles pouvaient au travail que nous souhaitons rendre. Il vient le temps de les remercier sincèrement et chaleureusement.

Nous remercions d'abord, pour ce qui est du domaine académique, toute l'équipe de la Public Factory, et à sa tête Martine Huyon qui en est la responsable, pour toutes les réponses apportées, mais aussi pour leur oreille humaine qui est toujours tendue vers les étudiants. Nous remercions aussi nos deux référents pédagogiques, Nicolas Subileau et Nathan Miclo, qui ont joué un rôle essentiel dans l'élaboration de notre rendu, toujours nous mettant au défi et poussant plus loin la pertinence de ce que l'on pouvait produire.

Pour ce qui est de notre commanditaire, la Grand Bourg Agglomération, nous avons notre lot de personnes à remercier, qui ont facilité nombre de nos démarches et se sont investies pleinement dans notre travail. Yannick Jourdain, responsable pôle stades, en premier lieu, qui a souvent tenu ce rôle primordial de lien entre notre groupe et l'Agglomération. Michel Fontaine, 3e vice-président de l'Agglomération, qui nous a très bien accueilli dès le début de ce travail, travail pour lequel il a toujours montré son plein intérêt et sa curiosité encourageante. Damien Ribeyron, enfin, à la direction des sports, qui a lancé et conclu avec nous cette étude.

Enfin, nous remercions toutes les personnes qui étaient présentes – ou auraient voulu l'être – lors de notre restitution. L'accueil et la discussion autour de notre travail a été d'une pertinence réjouissante. Nous remercions aussi toutes les personnes qui se sont livrées à l'exercice de l'entretien avec nous, et qui ont répondu avec sérieux aux questions que nous leur posions. Plus généralement encore, nous sommes tout à fait reconnaissants de toutes les personnes qui ont contribué, de près ou de loin, à l'élaboration de ce travail que nous souhaitons le plus abouti possible.

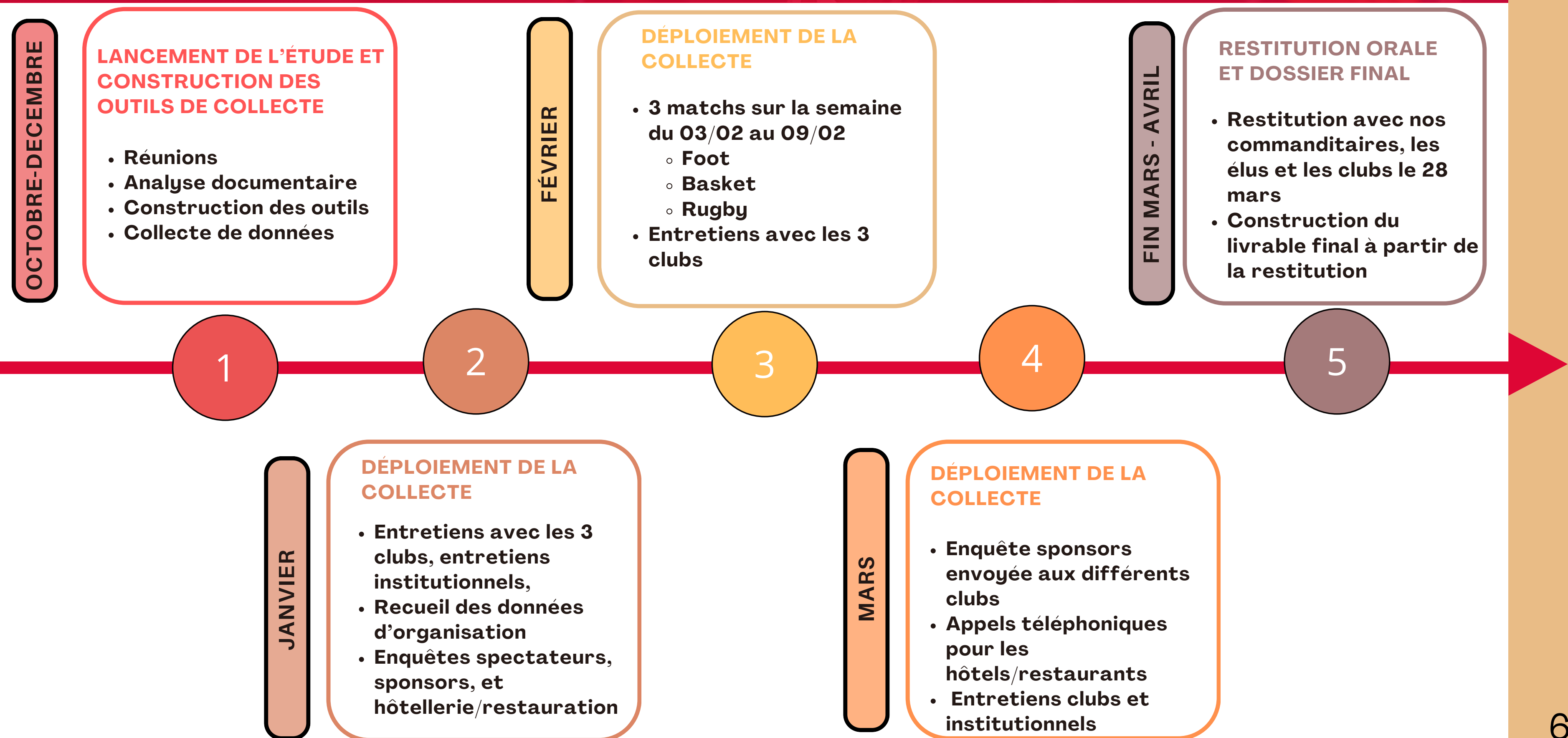
Sommaire

I	Partie 1 – Rappel du contexte de l'étude	p. 5
II	Partie 2 – Etat de l'art de la littérature scientifique relative au sujet	p. 11
III	Partie 3 – Enseignements de l'étude	p. 22
1	Axe social	p. 23
A	Enjeu A – La contribution des clubs de haut niveau au développement de l'image sportive du territoire	p. 25
B	Enjeu B – La contribution sociale des clubs de haut niveau à la vie du territoire et de ses habitants	p. 31
2	Axe environnemental	p. 39
A	Enjeu A – Le niveau de prise en compte des priorités environnementales du territoire par les clubs professionnels	p. 41
B	Enjeu B – La contribution des clubs professionnels à la sensibilisation des spectateurs aux enjeux environnementaux	p. 48
3	Axe économique	p. 52
A	Enjeu A – La place de l'agglomération dans le modèle économique des clubs	p. 54
B	Enjeu B – L'apport du sport de haut niveau pour le tissu économique local	p. 58
C	Enjeu C – Les retombées économiques des événements sportifs	p. 61
IV	Partie 4 – Conclusion et recommandations	p. 66
V	Annexes	p. 71
VI	Bibliographie	p. 82

PARTIE 1 - RAPPEL DU CONTEXTE DE L'ETUDE



Le calendrier général de l'étude



Processus de construction de la problématique d'étude



Commande initiale formulée à la Public Factory : Mesurer l'impact économique du sport professionnel au sein du territoire de l'Agglomération du Bassin de Bourg-en-Bresse.



Temps de travail avec : 7 étudiants / 2 encadrants / Yannick Jourdain / Damien Ribeyron / Michel Fontaine



Problématique d'étude finalement retenue pour nos travaux : L'impact économique, social et environnemental du sport de haut-niveau au sein du territoire de l'Agglomération du Bassin de Bourg-en-Bresse.



3 axes finalement retenus pour l'étude

Les 3 axes d'étude



Axe économique

La contribution du sport au dynamisme économique du territoire



Axe social

La stratégie d'intégration des clubs auprès des populations du territoire



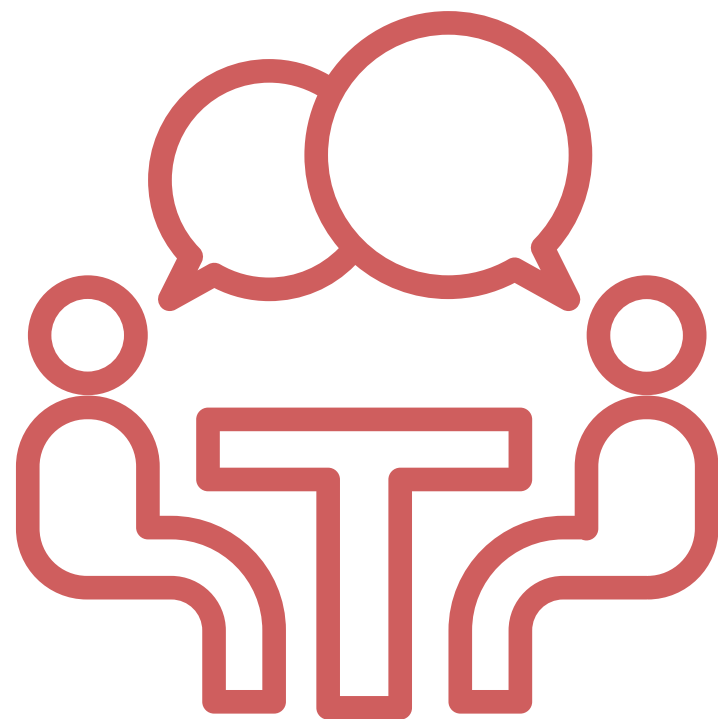
Axe environnemental

La capacité des clubs à se responsabiliser d'un point de vue environnemental

Nos outils de collecte

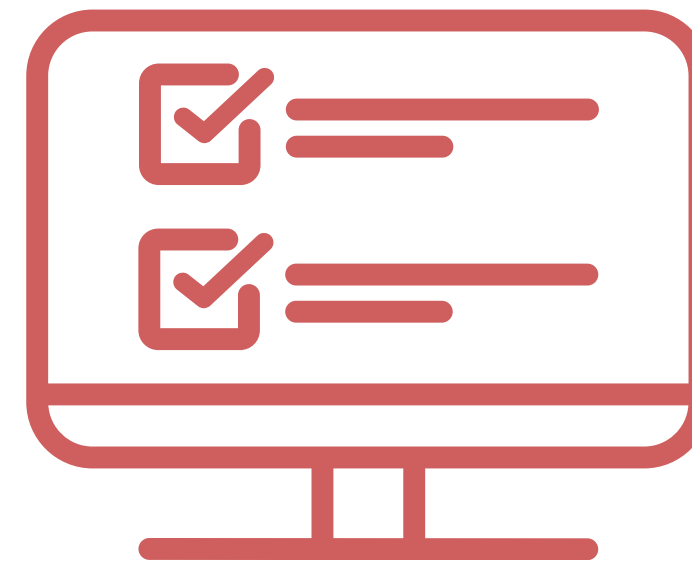
Une stratégie de collecte diversifiée

3 outils de collecte qualitative



- Entretiens semi-directifs
- Entretiens directifs
- Documents relation aggro-clubs (conventions, etc.)

5 outils de collecte quantitative



- Enquêtes spectateurs
- Rapports financiers
- Enquêtes sponsors
- Enquêtes restaurants / hôtels
- Données d'organisation

Les acteurs rencontrés et interrogés

Acteurs institutionnels

Elus de la Ville (3)

- Adjointe déléguée à la Solidarité
- Adjoint délégué aux Sports
- Adjointe déléguée au Commerce et Artisanat

Grand Bourg Agglomération (3)

- Vice-président aux Sports
- Vice-présidente aux Transports et aux Mobilités
- Vice-président à l'Economie et l'Innovation

Département (1)

- Vice-présidente déléguée aux Sports

Acteurs du sport professionnel

JL Bourg (3)

- Président
- Responsable Commercial et Marketing
- Responsable du club affaires

USBPA (4)

- Directeur
- Directeur Financier et administratif
- Responsable Commercial

FBBPO1 (1)

- Directeur

Acteurs économiques et habitants

Enquêtes spectateurs (3)

- Rugby
- Foot
- Basket

Enquêtes Hôtellerie/Restauration

- Appels téléphoniques

Enquêtes sponsors (1)

- Distribution aux 3 clubs

Méthode qualitative

Méthode quantitative

PARTIE 2 -

**ETAT DE L'ART DE
LA LITTÉRATURE
SCIENTIFIQUE**



Etat de l'art - Axe social (1/4)

L'IMPACT SOCIAL, QU'EST-CE QUE C'EST ?

Au regard de la littérature scientifique, l'impact social désigne le “potentiel, pour un événement sportif, de renforcer, sur le territoire hôte, la **cohésion sociale** et la citoyenneté, de générer de la capacitation et de l'**éducation**, de développer une **activité physique pour tous**, de participer à la **structuration des organisations**, de **valoriser le territoire** et à créer des passerelles entre le sport et d'autres champs de l'action publique” (CHARRIER Dominique et al, 2020)



L'impact social est défini en **3 axes majeurs** (Centre de Droit et d'Économie du Sport, 2019):

- L'axe compétences, emploi et filières
- L'axe sociétal
- L'axe territorial

Etat de l'art - Axe social (2/4)

L'axe Compétences, Emploi et Filières

Il désigne ce qui peut impacter la **structuration de la filière économique** des Grands Evenements Sportifs Internationaux (GESI), et la **pérennisation des emplois des populations mobilisées**, directement ou indirectement, par l'événement.

L'axe Sociétal

Il regroupe, à la fois, la capacité de l'événement sportif à contribuer à l'amélioration du bien-être individuel ou collectif de la population par ses effets sur la **santé publique**, le **développement de la pratique sportive** et les actions d'**insertion sociale** de certains publics cibles.

➡ Pour mesurer l'impact social sous ce prisme, il est possible d'utiliser plusieurs indicateurs comme, par exemple, l'évolution de la part des effectifs des licenciés et des actions en matière de santé publique ou l'évolution de la perception du sport suite à l'évènement sportif.

Etat de l'art - Axe social (3/4)

L'axe Territorial

Il signifie, quant à lui, la propension de l'événement sportif à développer un **sentiment de fierté**, d'appartenance et de cohésion sociale fort pour les populations résidentes sur le territoire hôte, à contribuer à l'animation du ce dernier et, de fait, au développement de son **attractivité touristique**.

➡ Plusieurs indicateurs permettent de mesurer l'impact social sous ce prisme. Par exemple, la fréquentation touristique antérieure et postérieure à l'événement, le comportement touristique des visiteurs à travers les sites visités en marge de l'événement ou encore la **perception de la contribution de l'événement au rayonnement du territoire**.

MÉTHODE

Dominique Charrier et ses collègues ont mesuré l'impact social de l'Euro 2016 en menant des entretiens qualitatifs, en réalisant des questionnaires, des observations postées et participantes et en analysant les documents mis à disposition par la collectivité. A noter, les deux premiers éléments renvoient à une **méthode déclarative** qui peut toujours être contestée.

Etat de l'art - Axe social (4/4)

LIEN AVEC NOTRE COMMANDE

Il est intéressant de constater que, dans son étude, Dominique Charrier appelle à **prendre en compte les singularités territoriales** : il rejette l'idée qu'il serait possible de construire une méthodologie de mesure utilisable pour tous les événements sportifs. Cette précaution nous semblait totalement pertinente pour notre étude: en effet, nous devons travailler à une **échelle locale** (communauté d'agglomération) tandis que les articles scientifique mentionnés traitent de l'impact social sur une **échelle nationale**. De plus, ces derniers réalisent une étude d'impact sur un événement de grande ampleur et **ponctuel** alors que nous devons étudier l'impact de plusieurs clubs, sur plusieurs matchs au cours d'**une saison**.

➡ Par conséquent, nous nous sommes largement inspirés de la méthode, des **indicateurs de mesure** et des axes d'étude mentionnés **sans toutefois les reproduire à l'identique**.

➡ De plus, en raison des contraintes de temps et de moyens, nous avons choisi de nous focaliser uniquement sur l'**axe sociétal et territorial**, plus accessibles selon nous.

Etat de l'art - Axe environnemental (1/3)

L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL, QU'EST-CE QUE C'EST ?

Au regard de la littérature scientifique, l'impact environnemental désigne “toute modification de l'environnement, négative ou bénéfique, résultant totalement ou partiellement des activités, produits ou services d'un organisme” (Mounet J.-P., 2020). Cette définition est issue de la norme ISO 14001, élaborée en 2004. L'objectif d'une étude d'impact environnemental est d'essayer d'identifier les effets à court, moyen ou long terme d'activités sur l'environnement.

L'impact environnemental est évalué grâce à **2 indicateurs** (Centre de Droit et d'Économie du Sport, 2019) :

- 
- Indicateurs de performance
 - Indicateurs d'impacts et de dommages

Etat de l'art - Axe environnemental (2/3)

Les indicateurs de performance

Les indicateurs de performance permettent de traduire les “flux directs” mesurables lors d'évènements et qui peuvent impacter l'environnement dans le périmètre de manifestations, en l'occurrence, lors de Grands Evenements Sportifs Internationaux (GESI).

➔ Dans l'étude d'impact environnemental que nous avons analysé, 8 indicateurs de performance ont été identifiés :

- Pourcentage de transports éco-responsables ; de repas végétariens ; d'arrosages issus d'eau non potable ; d'énergie renouvelable consommée ; de déchets recyclés ; de matériel réutilisé au moins une fois
- Quantité de phytosanitaires utilisée ; de déchets produits

Les indicateurs d'impacts et de dommages

Ils traduisent, quant à eux, “les conséquences” des flux directs enregistrés précédemment en “cycle de vie sur l'environnement”..

➔ 7 indicateurs permettent de mesurer l'impact environnemental d'un évènement sportif.

- Le **climat** (Emission de GES (Gaz à Effet de Serre) ; la **qualité de l'air** (émission de particules fines) ; la **qualité de l'eau** (émission de substances dans les milieux aquatiques) ; la **santé humaine** (dommages sur la santé humaine) ; les **écosystèmes** (dommages sur les écosystèmes) ; la **consommation d'énergie primaire** (consommation d'énergies non renouvelables) ; la **consommation d'eau** (consommation nette d'eau)

Etat de l'art - Axe environnemental (3/3)

MÉTHODE

Pour réaliser leur étude d'impact environnemental de la Ryder Cup 2018, le CDES a décidé de suivre la "méthode de l'Analyse de Cycle de Vie décrite par les normes ISO 14040 et 14044". C'est une "démarche d'évaluation globale" et qui repose sur une approche du cycle de vie et multicritère.

LIEN AVEC NOTRE COMMANDE

L'étude d'impact environnemental de la Ryder Cup 2018 est la seule étude d'impact environnemental d'un événement sportif que nous ayons réussi à répertorier. Ces études d'impact sont très peu réalisées de nos jours et nous n'avons donc pas eu l'occasion de la comparer avec d'autres études dans le domaine sportif. Néanmoins, cette étude nous a permis de définir des variables à mobiliser dans notre analyse relativement simples à mesurer avec les moyens dont nous disposons.

➡ Par conséquent, nous nous sommes grandement inspirés de la méthodologie et nous avons décidé de relever des **indicateurs de performance**, dont quelques uns mentionnés précédemment **sans toutefois la reproduire à l'identique**.

➡ De plus, en raison des contraintes de temps et de moyens, nous avons choisi de nous focaliser uniquement sur le relevé d'indicateurs et la collecte de données qualitatives, portant sur les politiques RSE, *via* des entretiens avec les différents acteurs.

Etat de l'art - Axe économique (1/3)

ETAT DES LIEUX DANS LE MONDE

Ce secteur représente un poids conséquent dans l'économie globale et est en développement. En effet, à l'échelle mondiale, le sport génère environ 2 % du PIB mondial (près de 1200 milliards d'euros) avec une croissance moyenne de 4 % par an, d'après l'Observatoire de l'économie du sport.

ETAT DES LIEUX EN FRANCE

L'économie du sport représente donc au total 2,6 % du PIB en France, soit 64 milliards d'euros, selon BPCE L'Observatoire. Ce montant est constitué des 53 milliards d'euros de consommation effective des ménages auxquels s'ajoutent les 12 milliards d'euros d'investissement des différents acteurs de la filière.



Etat de l'art - Axe économique (2/3)

LES PRINCIPALES SOUS-DISCIPLINES DE L'ANALYSE ÉCONOMIQUE :

- **L'économie publique du sport** (Budget de l'état, les subventions)
- **L'économie de la consommation** (engendrée par les ménages dû à la pratique sportive)
- **L'économie du développement** (les travaux relatifs au développement et à l'investissement des infrastructures)
- **L'économie industrielle** (les vêtements, le matériel)
- **L'économie du service** (l'audience, les prix des spectacles sportifs,)
- **L'économie du travail** (marché du sport Professionnel)
- **L'économie Internationale** (analyse du commerce extérieur)

LES DIFFICULTÉS MÉTHODOLOGIQUES

- **Les méthodes de dénombrement de la population des pratiquants sportifs :**
 - Qu'est ce que la pratique sportive ?
- **Les données retraçant des grandeurs économiques liées à l'activité sportive restent, hétérogènes, imprécises et non comparables**
 - Complicé dans la comparaison internationale



Etat de l'art - Axe économique (3/3)

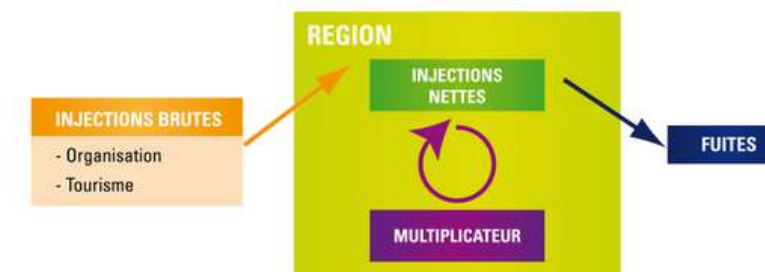
ETUDE DE CAS DE L'IMPACT DU BASKET PROFESSIONNEL FRANCAIS ET LA COUPE DU MONDE DE RUGBY (CDES):

“Le CDES a produit pour la Ligue Nationale de Basket une évaluation rigoureuse du poids économique et social de l'ensemble du basket professionnel (budget, emplois, ...) pour la saison 2013-14.”



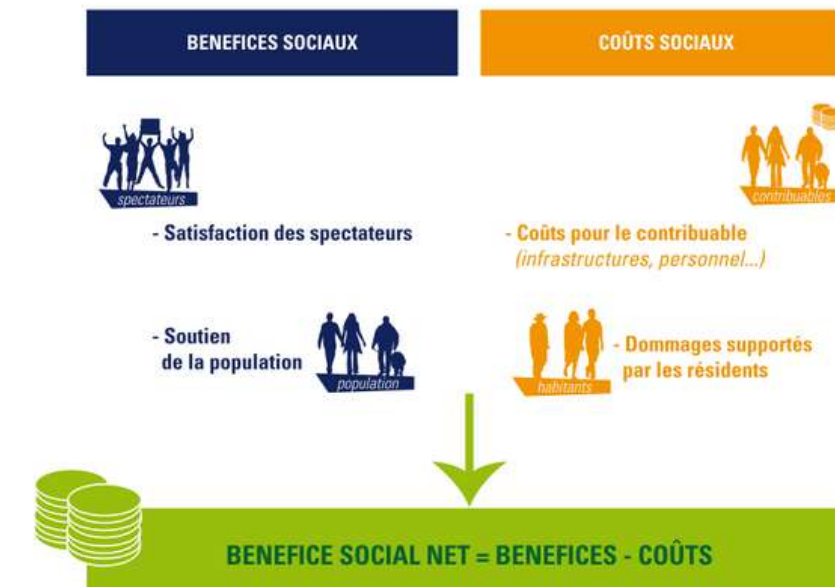
“L'impact de la Coupe du Monde de Rugby (CMR) en France ne peut pas être réductible à de simples retombées économiques de court terme. Il faut également être capable d'évaluer de multiples effets liés à l'image de marque des territoires, à l'augmentation du nombre de licenciés, à l'extension de l'ère géographique traditionnelle de la pratique rugbystique, à la promotion des valeurs du rugby”..

Le circuit économique de la CMR



Retombées économiques = Injection nette x Multiplieur
Avec Injection nette = Injections - fuites

La rentabilité sociale de la CMR 2007



LIEN AVEC NOTRE COMMANDE

- Des méthodes précises et compliquées à mettre en oeuvre dans le cas d'une étude de 6 mois (Multiples entretiens, datas du Ministère des Sports)
- Utilisation de techniques de calculs non maîtrisées (retombées nettes, la rentabilité sociale)



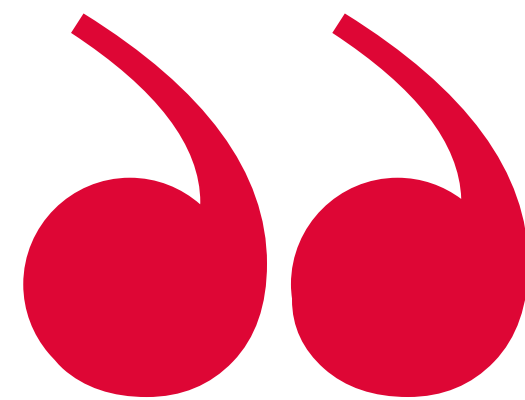
PARTIE 3 -

ENSEIGNEMENTS DE

L'ETUDE



1 - AXE SOCIAL



Les champs d'analyse retenus pour l'axe social

Comme précisé dans la partie “état de l’art”, nous avons décidé de nous focaliser sur l’axe territorial et l’axe sociétal, plus accessibles selon nous au regard des moyens et du temps qui nous étaient accordés. Ensuite, nous avons convenu, avec nos partenaires, de dégager deux enjeux d’étude correspondant, respectivement, aux deux axes précédemment évoqués :

Enjeu A

La contribution des clubs de haut niveau au développement de l’image sportive du territoire

Enjeu B

La contribution sociale des clubs de haut niveau à la vie du territoire et de ses habitants

Les champs d'analyse retenus pour l'axe social : Enjeu A

Enjeu A : La contribution des clubs de haut niveau au développement de l'image sportive du territoire

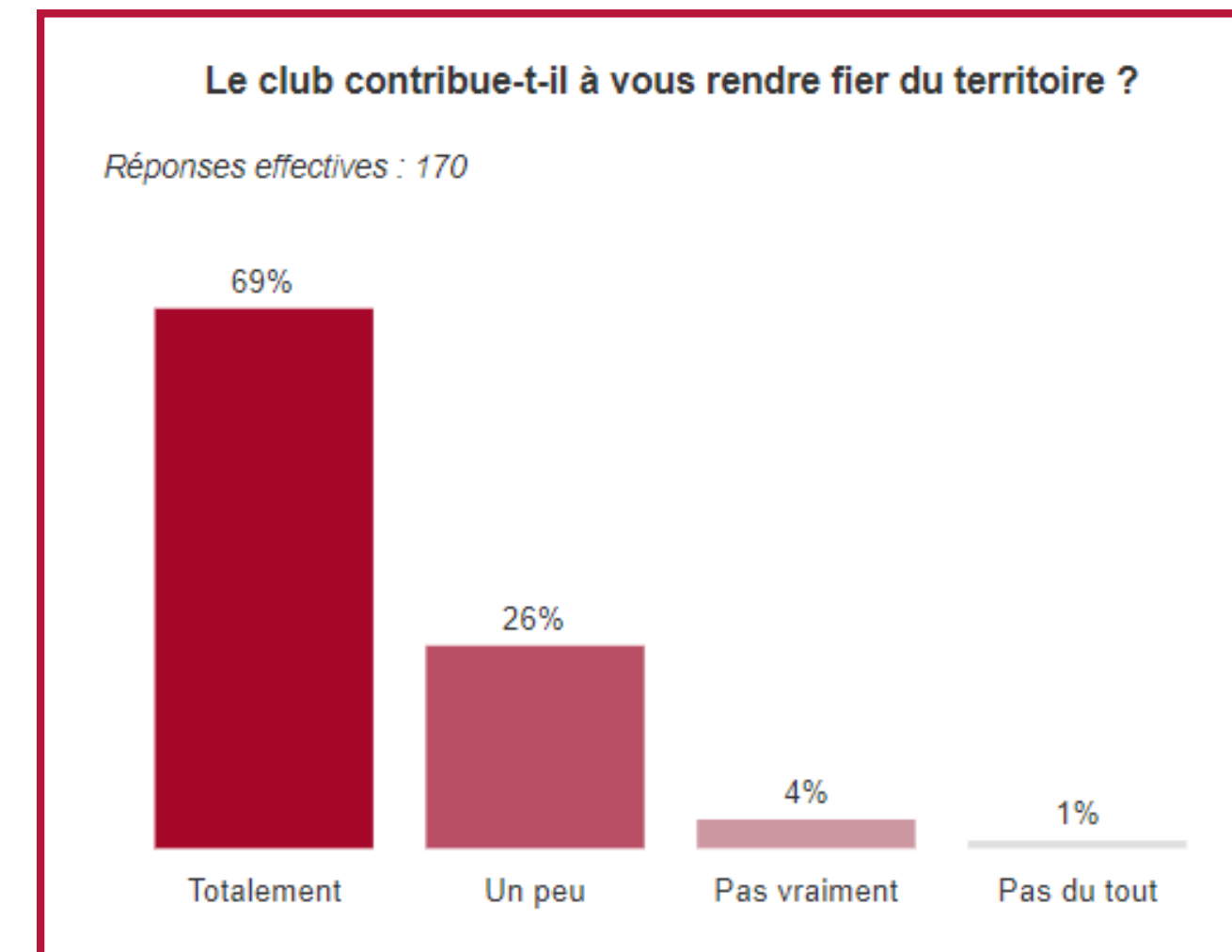
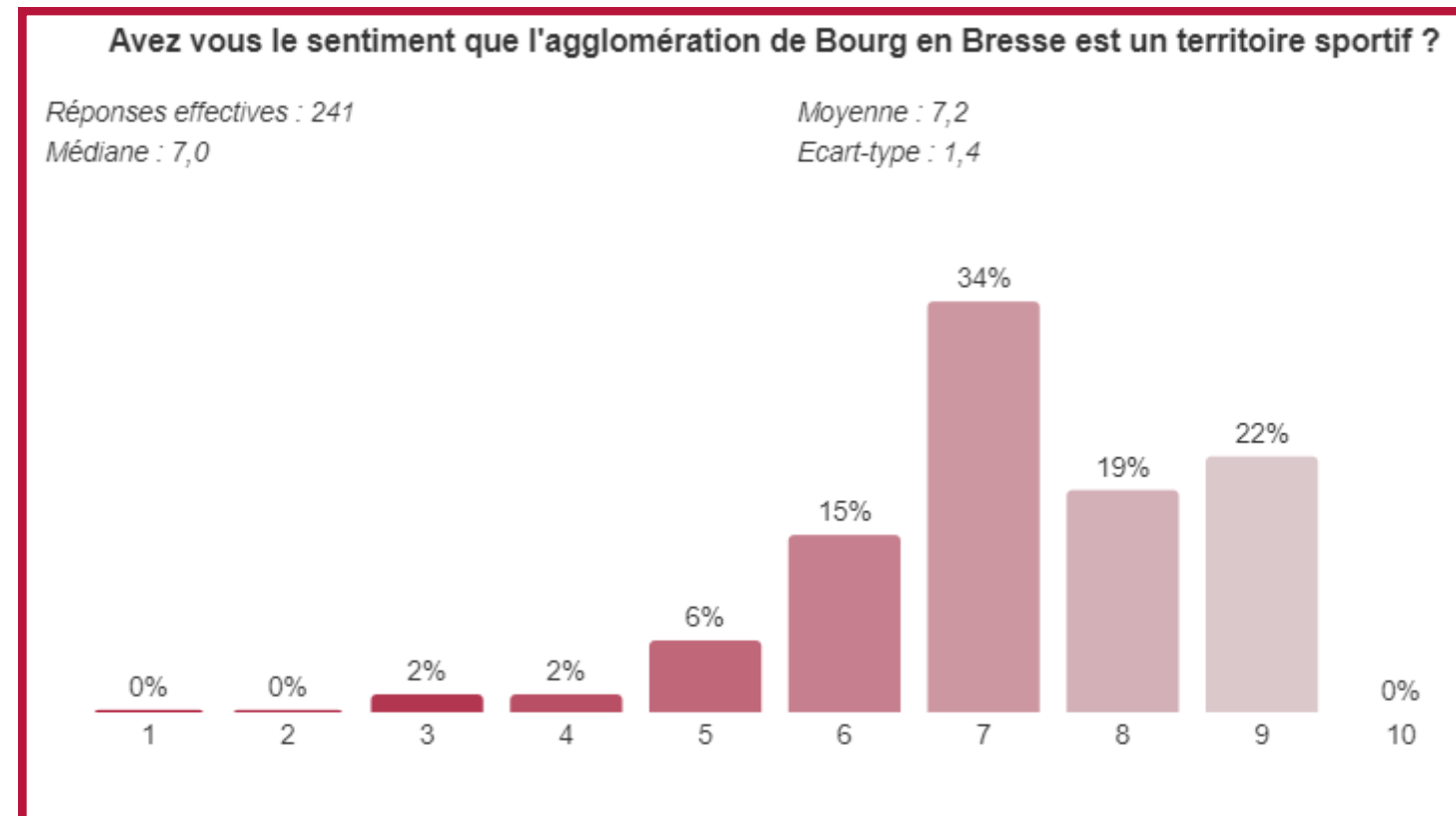
- 1 - Les clubs de haut niveau sont un motif de fierté territoriale pour les spectateurs et partenaires rencontrés**
- 2 - Le sport de haut niveau est catalyseur d'engouement et contribue à la vie des locaux et à l'animation du territoire**

1 - Les clubs de haut niveau sont un motif de fierté territoriale pour les spectateurs et partenaires rencontrés (1/3)

POUR LES SPECTATEURS INTERROGÉS, LES CLUBS CONTRIBUENT À LES RENDRE FIER DE LEUR TERRITOIRE

Comme précisé en introduction, nous avons réalisé une enquête spectateurs sur un match de chaque équipe de haut niveau retenue pour l'étude. Parmi les spectateurs interrogés, **75%** des spectateurs interrogés attribuent une note **entre 7/10 et 9/10** à la question "Sur une échelle de 10, avez-vous le sentiment que l'agglomération de Bourg en Bresse est un territoire sportif ?"

Aussi, **95%** des spectateurs interrogés indiquent que les clubs de haut niveau les rendent **"totalement" ou "un peu" fiers du territoire.**



1 - Les clubs de haut niveau sont un motif de fierté territoriale pour les spectateurs et partenaires rencontrés (2/3)

LES CLUBS AMELIORENT L'IMAGE DE LEUR PARTENAIRES ET METTENT EN VALEUR LE TERRITOIRE

- Les acteurs du tissu local sont aussi fiers d'avoir de tels clubs sur leur territoire. Le responsable d'un hôtel indique **“être fier de ce partenariat de prestige”** avec un des clubs de l'étude.
 - Le “prestige” est essentiellement lié à la nature du partenaire. En effet, grâce à ce partenariat, l'hôtel bénéficie d'une **excellente publicité et d'une meilleure image** bien que les retombées économiques directes et le nombre de réservations n'augmentent pas forcément les soirs de match. Il s'agit vraiment d'un enjeu de visibilité territoriale pour l'hôtel plus que de retombées économiques.

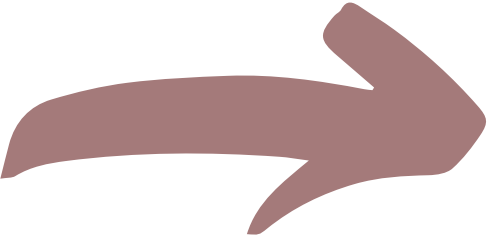
1 - Les clubs de haut niveau sont un motif de fierté territoriale pour les spectateurs et partenaires rencontrés (3/3)

Les clubs sont conscients que leur activité permet de **promouvoir le territoire** et son heureux de le faire lors de leurs déplacements, avec les clubs amateurs ou avec leurs partenaires.

➤ Plusieurs clubs indiquent être attentifs à l'image qu'ils véhiculent lors de leurs déplacements: ils utilisent notamment les **couleurs de l'agglomération** dans l'objectif de rendre fiers les habitants qui vivent sur le territoire et de développer un sentiment d'appartenance.

➤ Les clubs prennent soin d'assurer un certain **maillage territorial avec les clubs amateurs** du territoire afin de renforcer le sentiment d'appartenance. Par exemple, le FBBP01 a réalisé un partenariat avec les 20 000 licenciés des clubs de football amateurs sur le territoire (*distribution de places, accompagnement des joueurs professionnels à leur entrée sur le stade...*)

➤ Plusieurs clubs veillent aussi à faire découvrir le territoire à leurs partenaires en organisant, par exemple, des **journées cohésion à la Plaine Tonique**.

 Ce développement du sentiment de fierté et d'appartenance au territoire contribue donc au **rayonnement** de l'agglomération à l'amélioration de l'**attractivité du territoire**.

2 - Le sport de haut niveau est catalyseur d'engouement et contribue à la vie des locaux (1/2)

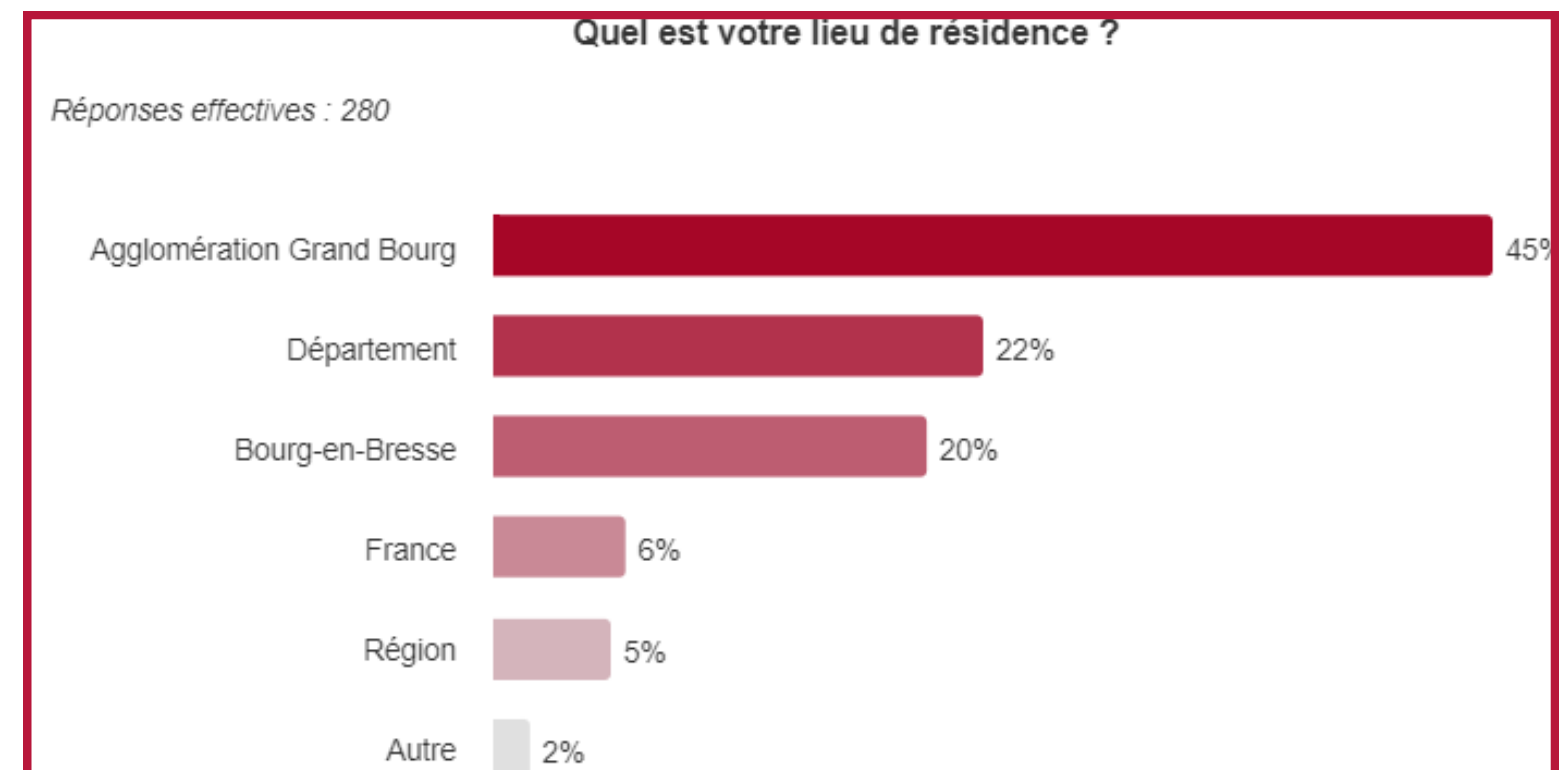
UN ENGOUEMENT POPULAIRE ET LOCAL POUR LES EQUIPES DE HAUT NIVEAU

- Un “*fort engouement populaire*” accompagne le sport de haut niveau
 - Cet **engouement populaire** est visible, notamment, dans l'expression “*peuple violet*” qui désigne les supporters de l'USBPA. Le club indique sentir également le soutien populaire même dans les moments de crise. De plus, le fait que la **JL joue à guichet fermé** à chaque match témoigne de cette ferveur.

2 - Le sport de haut niveau est catalyseur d'engouement et contribue à la vie des locaux (2/2)

- Les locaux semblent particulièrement fidèles à leur équipes

- Le soutien aux équipes locales est un facteur explicatif majeur de la ferveur qui entoure le sport de haut niveau: **65% des spectateurs interrogés viennent soit de l'agglomération de Bourg-en-Bresse dont la ville centre** tandis que 20% habitent le département.
- Un **réel enthousiasme** est constaté lors des réponses aux questions relatives au supporting ou à l'abonnement.



Une personne âgée indique, allègrement **“Je suis abonné depuis 30 ans et ce n’est pas prêt de s’arrêter!”** tandis qu’une famille ajoute **“Nous sommes abonnés, nous venons quasiment à tous les matchs car on adore ça!”**

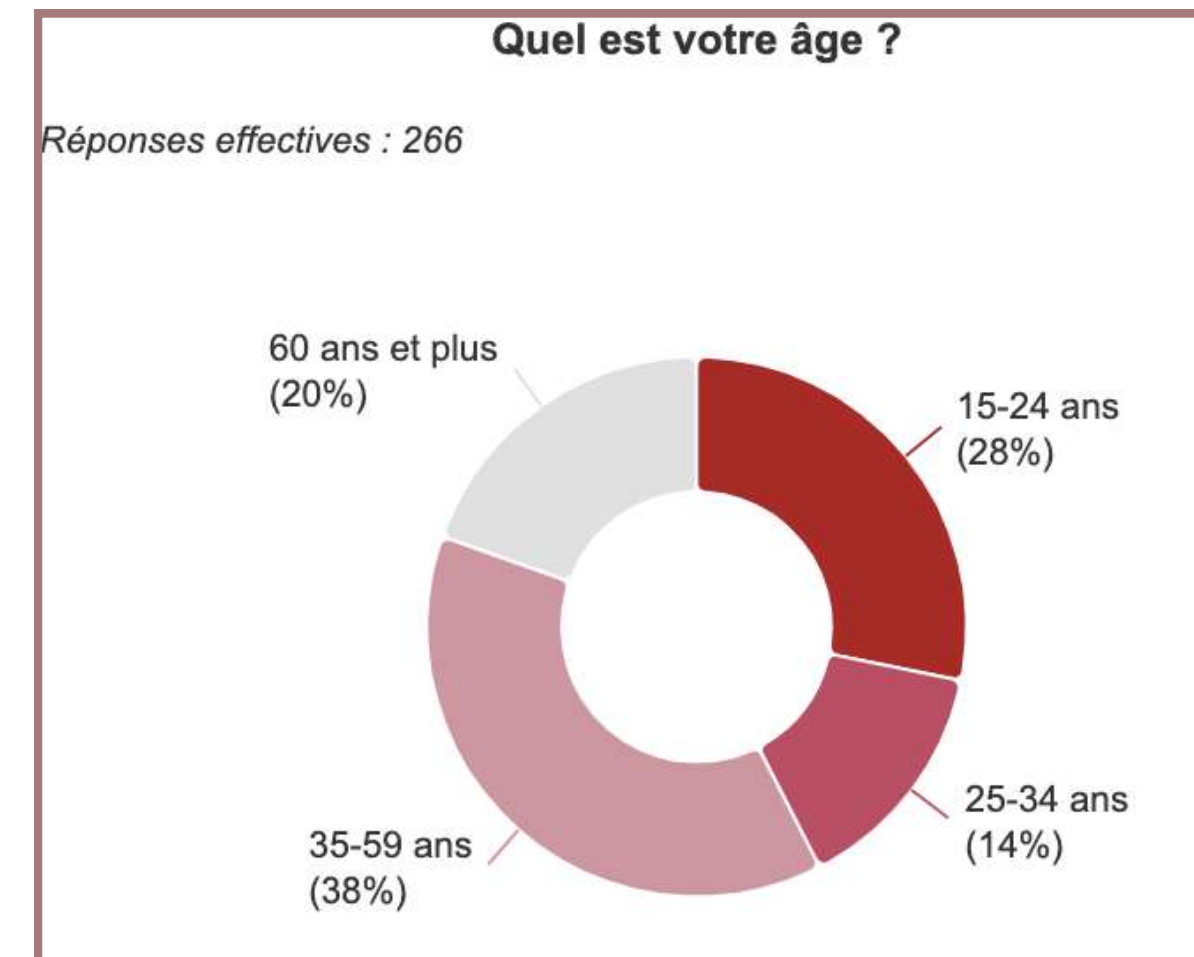
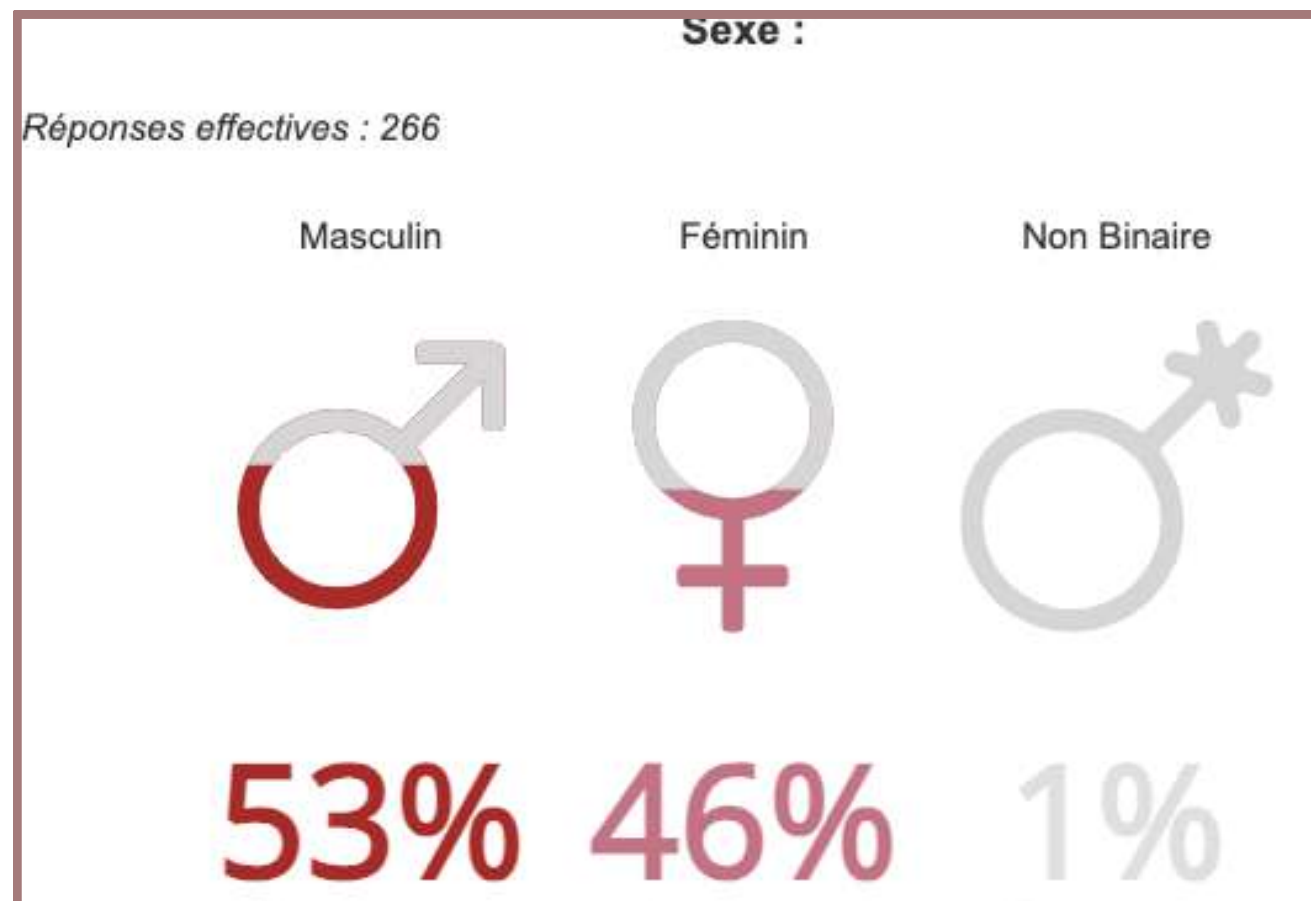
Les champs d'analyse retenus pour l'axe social : Enjeu B

Enjeu B : La contribution sociale des clubs de haut niveau à la vie du territoire et de ses habitants

- 1 - Si les matchs sont un lieu de mixité générationnelle et de mixité de genre ... ils ne sont pas un lieu de mixité socio-professionnelle
- 2 - Des initiatives sociales multiples et auprès de différents types de publics ... qui sont appréciées et valorisées par les acteurs du territoire
- 3 - Plusieurs limites repérées à l'intervention sociale des clubs sportifs de haut niveau sur le territoire

1 - Si les matchs sont un lieu de mixité générationnelle et de mixité de genre ... (1/3)

- Les matchs se déroulant à Bourg-en-Bresse sont des moments de **rassemblement intergénérationnel** : malgré une légère sur-représentation de la catégorie des 35-59 ans, la pyramide des âges est représentée de façon plutôt équilibrée.

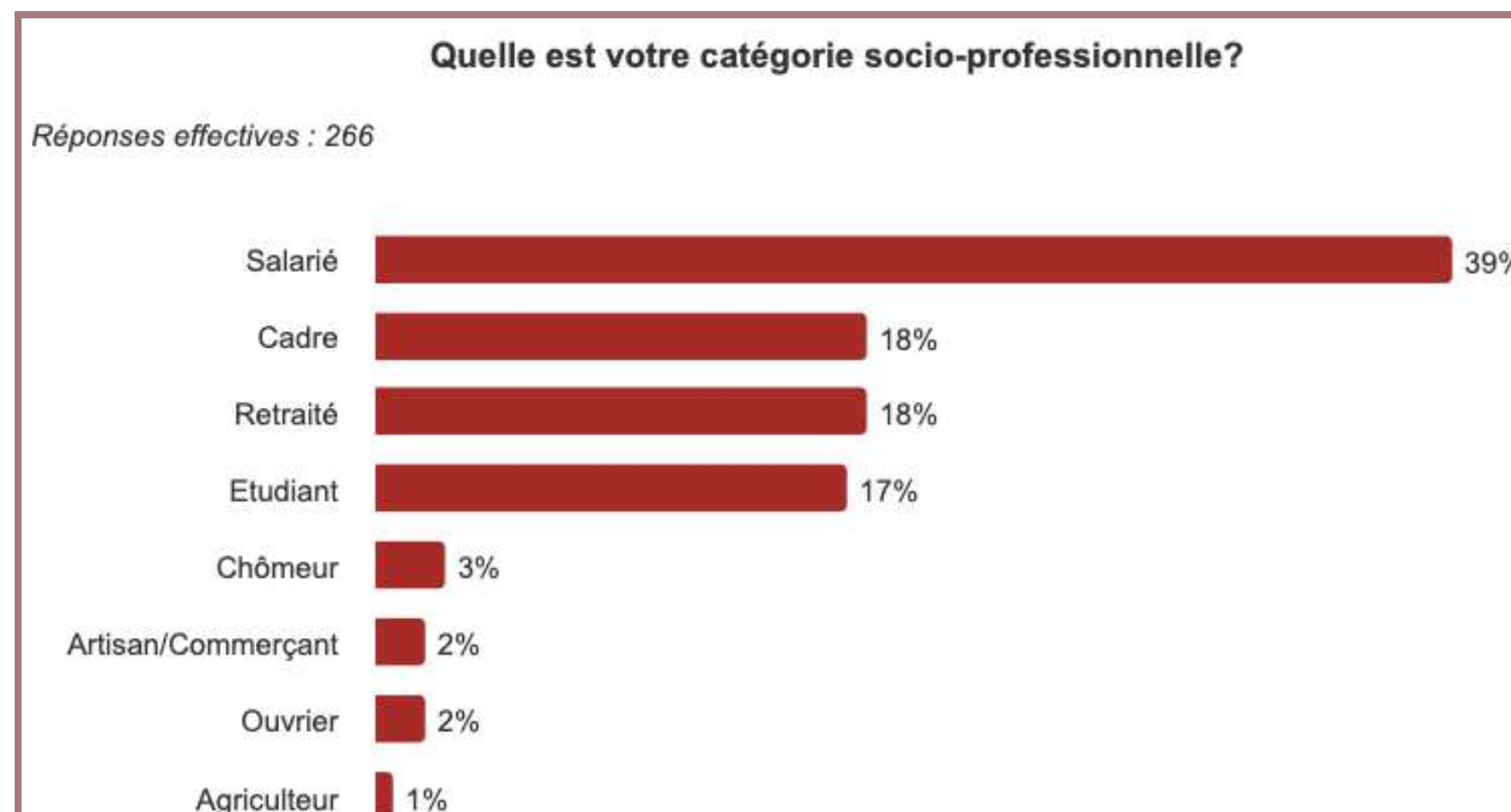


- L'enquête spectateur révèle également une **bonne représentation des spectatrices féminines** lors des matchs, puisqu'elles représentent environ 46% des spectateurs des matchs toutes disciplines confondues.

1 - ... ils ne sont pas un lieu de mixité socio-professionnelle (2/3)

... ILS NE SONT PAS UN LIEU DE MIXITÉ SOCIO-PROFESSIONNELLE

- L'enquête montre une **sous-représentation de certaines catégories professionnelles lors des matchs** : les chômeurs (3%), les artisans et commerçants (2%), les ouvriers (2%) et les agriculteurs (1%).
- La majorité des spectateurs interrogés sont **salariés** (39%).



1 - ... ils ne sont pas un lieu de mixité socio-professionnelle (3/3)

Si l'on établit une comparaison des données de l'enquête spectateur avec les **données de l'INSEE sur Grand Bourg Agglomération** (étude de 2020), on peut en tirer plusieurs constats :

- Il y a une **sur-représentation** des cadres et professions intellectuelles supérieures, ainsi que des employés, dans les spectateurs des matchs par rapport à leur nombre dans la population totale de GBA.
- Il y a une **sous-représentation** des artisans, commerçants et chefs d'entreprise, des ouvriers et des retraités, dans les spectateurs des matchs par rapport à leur nombre dans la population totale de GBA.

POP T5 - Population de 15 ans ou plus selon la catégorie socioprofessionnelle

	2009	%	2014	%	2020	%
Ensemble	4 425	100,0	4 300	100,0	3 896	100,0
Agriculteurs exploitants	176	4,0	187	4,3	131	3,4
Artisans, commerçants, chefs d'entreprise	274	6,2	249	5,8	251	6,4
Cadres et professions intellectuelles supérieures	139	3,1	130	3,0	82	2,1
Professions intermédiaires	343	7,8	329	7,6	311	8,0
Employés	825	18,6	763	17,7	725	18,6
Ouvriers	458	10,3	425	9,9	374	9,6
Retraités	1 193	27,0	1 291	30,0	1 168	30,0
Autres personnes sans activité professionnelle	1 018	23,0	926	21,5	854	21,9

Sources : Insee, RP2009, RP2014 et RP2020, exploitations complémentaires, géographie au 01/01/2023.

Sources : enquête INSEE, précisions en annexe

2 - Des initiatives sociales multiples et auprès de différents types de publics ... (1/3)

- Les clubs font des actions auprès du public dans le cadre de leur **politique RSE**, des conventions d'objectifs et du **label Terre de Jeux 2024**. Nous avons donc classé ces initiatives selon les publics visés, de manière non exhaustive :

PUBLIC JEUNESSE	SPORTIFS EN CENTRE DE FORMATION	PUBLIC SENIOR	PUBLIC EN SITUATION DE HANDICAP	PUBLIC ISSU DES QPV DU TERRITOIRE	PUBLIC EN ENTREPRISE
• Intervention lors des Estivales du sport • Intervention dans les collèges et lycées • Offre de places gratuites à des collégiens	• Partenariat avec collèges et lycées • Formation en alternance • Formapi	• Séance Sport Santé (Terre de Jeux 2024)	• Projet One Team • Actions avec l'ADAPEI • Upcycling avec l'ESAT La Courbaisse	• Tournois organisés avec des joueurs et arbitres de l'équipe • Offre de places gratuites • Participation à un entraînement	• Club des affaires BB+ • Sortie touristique sur le territoire

Comment sont impulsées ces actions ?

- Ces initiatives émanent notamment de la **politique de conventionnement de l'Agglomération et du Département** avec les clubs sportifs.

Sources : entretiens semi-directifs + Conventions de partenariat et d'objectifs des clubs + Questionnaire destiné aux partenaires du club

2 - Des initiatives sociales multiples et auprès de différents types de publics ... (2/3)

- Nous remarquons que beaucoup d'actions sont menées pour la **jeunesse** avec des déplacements de joueurs dans les écoles, dans les collèges et lycées, que ce soit pour des témoignages ou des séances de sport.
- D'après nos entretiens, nous avons recensé plusieurs actions de la JL à destination de **publics en situation de handicap** avec l'ADAPEI notamment ; tandis que le FBBP01 et l'USBPA sont davantage porteurs d'initiatives à destination des populations issues des Quartiers Prioritaires de la Ville en offrant des places ou en organisant des tournois.
- Lors de la restitution finale qui a eu lieu 28 mars 2024, nous avons compris que la **mixité sociale** des spectateurs était un enjeu pour les clubs et l'Agglomération. Pour encourager cette mixité sociale, le FBBP01 a décidé d'**ouvrir son club VIP au public**, sans réel impact sur celle-ci. En effet, il a été évoqué que les spectateurs qui ont l'habitude du parcage ne prennent pas l'initiative d'en sortir et ne se sentent pas forcément légitimes. Aussi, les clubs ont évoqué leur regret de ne voir que très peu de publics issus de QPV assister aux matchs, malgré les initiatives mises en place .

2 - ... qui sont appréciées et valorisées par les acteurs du territoire (3/3)

- Les clubs prennent part à la **cohésion sociale du territoire** en réalisant de multiples actions auprès de publics cibles. Ils intègrent à leurs objectifs sportifs **des objectifs sociaux**. Les clubs sont conscients de leur impact et de leur rôle à jouer au niveau social auprès des différents publics du territoire bressan, impact qui va bien au-delà des terrains ou des stades.

➞ **“Former des jeunes joueurs, rendre des hommes meilleurs et heureux”** d’après **un club** en parlant des actions envers des sportifs en centre de formation. Leur but est de les accompagner dans leur vie professionnelle et sociale, pas seulement sur le plan sportif.

- Les acteurs politiques évaluent **positivement l’impact** de ces initiatives sociales :

➞ **“Ils servent de modèles aux jeunes qui peuvent s’identifier à des sportifs de haut niveau qui ont fait carrière”**
d’après **un élu** en parlant des actions envers les scolaires

➞ **“Nous n’avons eu que des retours extrêmement positifs des participants”**
d’après **un élu** en parlant d’une séance de basket de la JL avec des seniors

- Des initiatives qui ont un **impact positif** sur les publics cibles :

Exemple d’une séance de basket éducative entre la JL Bourg et des jeunes porteurs de handicap de l’ADAPEI de l’Ain : Erwann qui fait partie de ces jeunes, indique que ces séances le changent de l’IME. "Cela m'apporte du plaisir", se réjouit-il.

➞ **P Basket : le projet One team de la JLB fait toujours des heureux**

Sources : entretiens avec les clubs et les élus + Presse locale (Le Progrès)

3 - Plusieurs limites repérées à l'intervention sociale des clubs sportifs de haut niveau sur le territoire

● **Un manque de pérennité** : la majorité des initiatives récentes recensées relèvent d'actions mises en place dans le cadre du **dispositif Terre de Jeux** ou de la **Semaine Olympique** organisée par l'Education Nationale. En conséquence, les initiatives des clubs semblent peu récurrentes (et peu pérennes), alors même que les moyens pour les pérenniser sont existants :

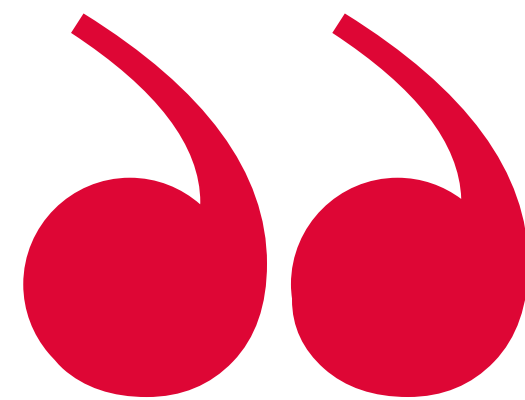
- Des canaux de communication établis et efficaces entre les différentes parties prenantes du territoire.
- Des infrastructures sportives mobilisables pour ce type d'initiatives.
- Des publics cibles toujours plus demandeurs d'actions de soutien.

● **Une coordination insuffisante** : malgré la multiplicité des initiatives existantes, nous avons observé qu'il n'existe aucune coordination entre les clubs sur ce sujet. Par exemple, il n'existe aucune coordination pour fixer des objectifs d'impact auprès des publics cibles, et donc mener une stratégie de **complémentarité des interventions**.

● **Un déficit de visibilité** :

- Certains acteurs du territoire aimeraient que les clubs se mobilisent encore plus pour mettre en place des initiatives sociales, sans, peut-être, connaître la **multitude d'initiatives déjà existantes**.
- Des acteurs du territoire ont aussi évoqué qu'il y aurait dans certains cas un manque de suivi des conventions de partenariats et d'objectifs.

2 - AXE ENVIRONNEMENTAL



Les champs d'analyse retenus pour l'axe environnemental

Au regard de notre partie état de l'art sur les enjeux environnementaux, mais aussi de nos capacités et moyens, nous avons choisi de nous focaliser sur l'étude des actions RSE menées par les clubs, tout en tâchant d'indiquer quelques critères de mesure de performance.

Enjeu A

Le niveau de prise en compte des priorités environnementales du territoire par les clubs de haut niveau

Enjeu B

La contribution des clubs de haut niveau à la sensibilisation des spectateurs aux enjeux environnementaux

Les champs d'analyse retenus pour l'axe environnemental : Enjeu A

Enjeu A : Le niveau de prise en compte des priorités environnementales du territoire par les clubs professionnels

- 1- Les clubs sportifs couvrent l'ensemble des priorités environnementales du territoire, en intervenant au delà de ce que prévoient leurs conventions d'objectifs
- 2-En plus des conventions d'objectifs, les politiques de labellisation impulsées par le mouvement sportif contribuent à dynamiser les initiatives environnementales des clubs professionnels
- 3-Des initiatives positives, malgré des limites intrinsèques et extrinsèques qui demeurent

1 - Les clubs de haut niveau couvrent l'ensemble des priorités environnementales du territoire, en intervenant au delà de ce que prévoient leurs conventions d'objectifs (1/3)

ZOOM SUR 4 PRIORITÉS ENVIRONNEMENTALES SUR LESQUELLES LES CLUBS ONT LE POUVOIR D'INTERVENIR

Mobilité

- Améliorer la performance du système de transports
- Développer une offre complète et globale de mobilité
- Mener une transition vers une mobilité durable
- Promouvoir les services de covoiturage



Déchets

- Mise à disposition de bacs pour la récupération des déchets
- Réutilisation des matériaux



Efficacité énergétique

- Mise en œuvre d'un plan de sobriété énergétique
- Réalisation d'audits énergétiques du patrimoine de Grand Bourg Agglomération



Politique locale du commerce

- Des actions pour l'inclusion sociale et professionnelle
- Soutenir le développement du territoire avec l'animation et le soutien de démarches collectives



1 - Les clubs de haut niveau couvrent l'ensemble des priorités environnementales du territoire, en intervenant au delà de ce que prévoient leurs conventions d'objectifs (2/3)

QUELS LIENS ENTRE LES CLUBS, LES CONVENTIONS DE SUBVENTION ET LES PRIORITÉS ENVIRONNEMENTALES ?

PRIORITÉS ENVIRONNEMENTALES	MOBILITÉ	DÉCHETS	EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE	POLITIQUE LOCALE DU COMMERCE
Ce que prévoit le conventionnement avec les clubs	Encourager le covoiturage ou l'utilisation des transports en commun auprès des adhérents	- Mettre en place plusieurs poubelles afin que les adhérents puissent trier - Trier les déchets issus de l'association - Utiliser des gobelets réutilisables		Utiliser des produits locaux lors de repas d'association
Atteinte des objectifs fixés par les clubs				

 Des clubs qui respectent fortement les conventions de subvention et ...

1 - Les clubs de haut niveau couvrent l'ensemble des priorités environnementales du territoire, en intervenant au delà de ce que prévoient leurs conventions d'objectifs (3/3)

... QUI VONT AU-DELÀ DE CE QUI EST PRÉVU

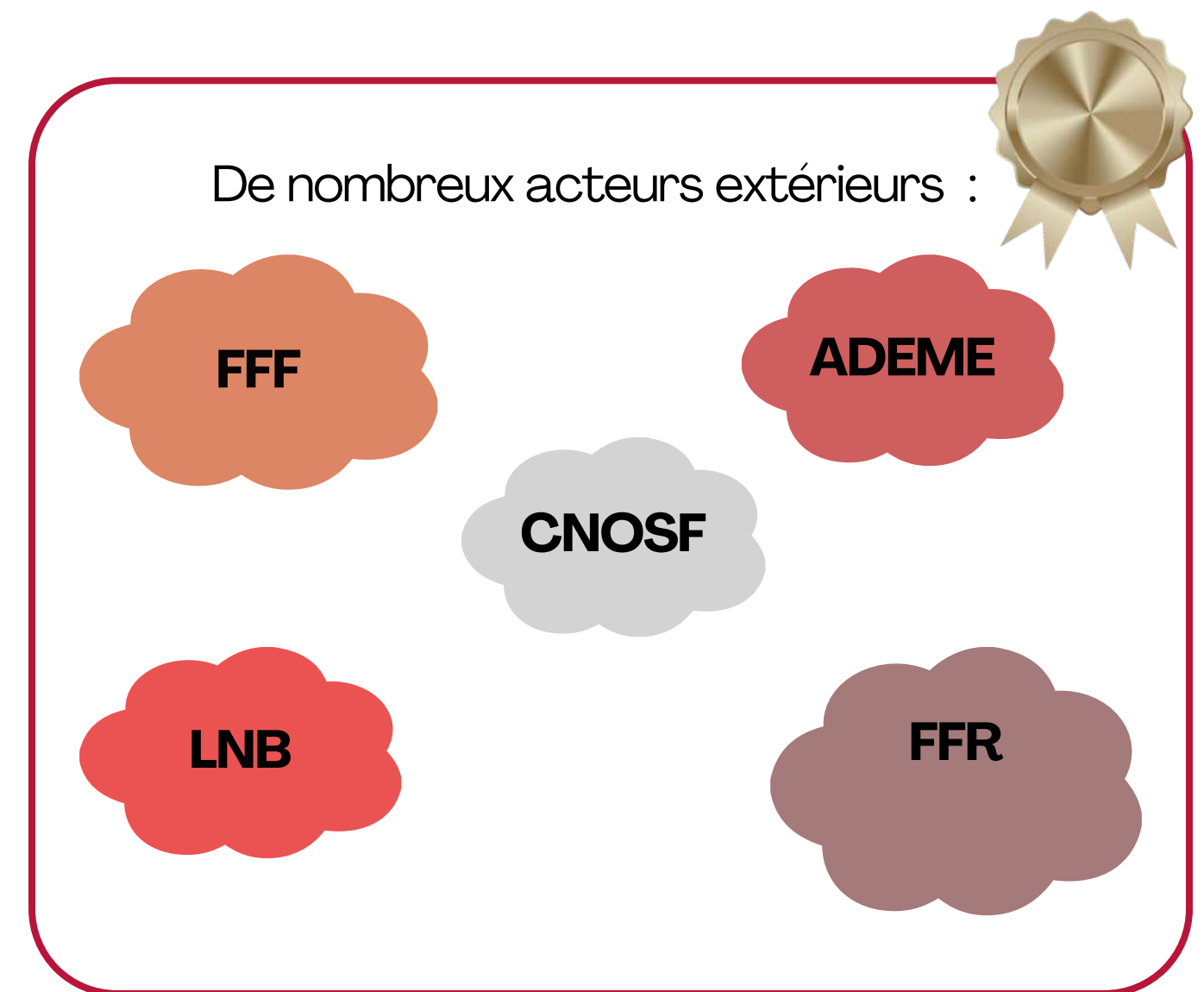
PRIORITÉS ENVIRONNEMENTALES	MOBILITÉ	DÉCHETS	EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE	POLITIQUE LOCALE DU COMMERCE
Les initiatives des clubs, au-delà de leur conventionnement	- Utilisation de voitures électriques - Limitation de l'avion - Utilisation de l'application GO stadium	- Communication dématérialisée - Campagnes de sensibilisation	- Limitation de l'arrosage pour le stade Verchère - Utilisation des infrastructures à d'autres fins - Projets de bilan carbone	Upcycling



Des clubs sensibilisés et pro-actifs sur les enjeux environnementaux

2 - En plus des conventions d'objectifs, les politiques de labellisation impulsées par le mouvement sportif contribuent à dynamiser les initiatives environnementales des clubs de haut niveau (1/2)

- Les politiques de **labellisation** sont complémentaires aux conventions d'objectifs de l'agglomération, en ce que les labels sont incitatifs pour les clubs à toujours développer de nouvelles actions. Plusieurs labels attribués aux clubs :
 - Systematiquement : les ligues ou fédérations
 - Label LNB, Club Engagé, DDSSE...
 - Ponctuellement : des associations ou fondations
 - Label Fair Play For Planet
- Les labels favorisent **l'initiative et l'innovation** au sein des clubs



2 - Les politiques de labellisation impulsées par le mouvement sportif contribuent à dynamiser les initiatives environnementales des clubs de haut niveau (2/2)

2 exemples clefs de labels visés ou obtenus par des clubs de la GBA

Le label Or (LNB)

Attribué selon 6 thématiques principales

- Projet club
- Ressources humaines
- Structuration financière et budgétaire
- Expérience client et digitale
- Politique sportive et de formation
- Stratégie de sobriété énergétique et environnementale

Le label Fair Play For Planet

Attribué selon 3 grands domaines d'évaluation

- Préservation de l'environnement (respect des milieux, vie au stade..)
- Ecoperformer (gestion de l'eau, bilan carbone..).
- Rôle sociétal (accessibilité, exemplarité..)



En axant leur attribution autour de critères forts, les labels permettent de sanctionner une bonne pratique, tout autant qu'ils permettent de faire rentrer les enjeux environnementaux dans une réelle logique de stratégie – peut-être plus efficace que l'initiative éparpillée.

3 - Des initiatives positives, malgré des limites intrinsèques et extrinsèques qui demeurent

Les limites intrinsèques

- Des contraintes budgétaires
- Des contraintes d'agenda
- Des contraintes RH

Les limites extrinsèques

- Insuffisance des contrats de subvention pour couvrir les priorités environnementales de l'agglomération.
- Faiblesse des contrats de subvention à intégrer plus fortement la dimension environnementale
- Une motivation due à des facteurs extérieurs plus qu'aux conventions

Les champs d'analyse retenus pour l'axe environnemental : Enjeu B

Enjeu B : La contribution des clubs à la sensibilisation des spectateurs aux enjeux environnementaux

- 1- Malgré des efforts portés par l'agglomération en matière de mobilité douce ou partagée, le recours aux moyens de déplacement alternatifs par les spectateurs reste marginal**
- 2 - Quelques limites à la promotion des moyens de mobilité douce dans les conditions de partenariat entre GBA et les clubs**

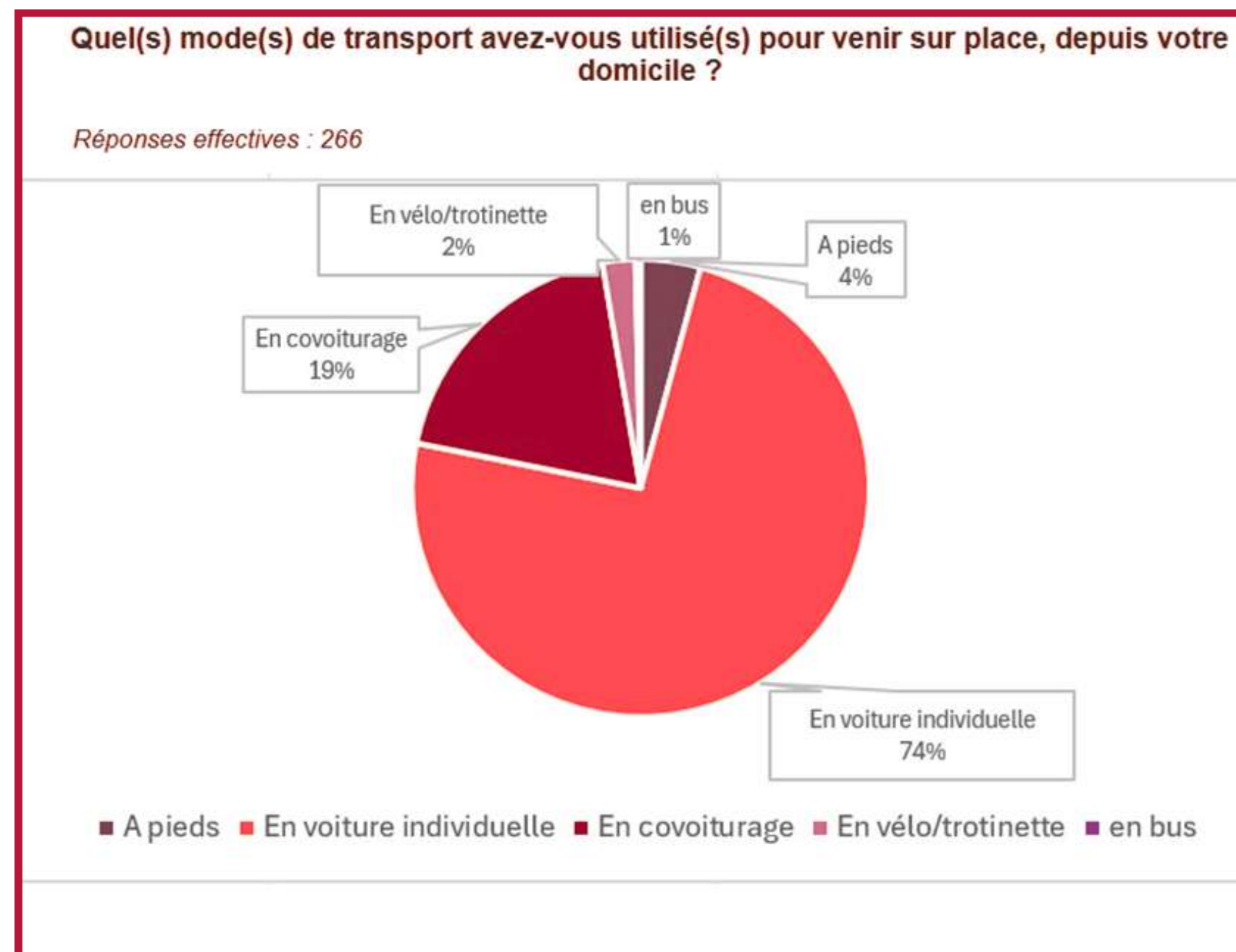
1 - Malgré des efforts portés par l'agglomération en matière de mobilité douce, le recours aux moyens de déplacements alternatifs par les spectateurs reste marginal

● Des regrets exprimés

➞ *“Je regrette que les infrastructures et les dispositifs de moyens de transport alternatifs soient peu utilisés par les spectateurs.”*

● Un constat que nous avons mesuré

- L'utilisation de la voiture individuelle est très fortement majoritaire (**74%**)
- Le covoiturage reste assez minoritaire (**19%**)



2 - Quelques limites à la promotion des moyens de mobilité douce dans les conditions de partenariat entre GBA et les clubs (1/2)

Limites au sein-même des documents de subvention

La promotion du covoiturage est restreinte au domaine de la recommandation.

Recommandée uniquement pour les adhérents des clubs, non étendue aux spectateurs

Limites par la non-mention

La demande de communication autour de toutes les modalités de transport existantes (voies cyclables, réseaux TC)

Sources : demandes de subventions, entretiens

2 - Quelques limites à la promotion des moyens de mobilité douce dans les conditions de partenariat entre GBA et les clubs (2/2)

D'où viennent les limites que l'on mentionne ?

● Les documents de subvention initiaux :

- Les demandes de subvention : la **réalisation des engagements obligatoires** suit plusieurs thématiques - dont l'enjeu environnemental - et est divisée en deux domaines : la **recommandation et l'obligation**. Certains aspects primordiaux sont placés sous le champ de la recommandation : c'est le cas de la **communication autour du covoiturage et des réseaux de transports en commun**. D'autres aspects, qui pourtant sont mentionnés en entretien notamment, ne sont **pas présents au sein des documents de subvention**.

● Les entretiens :

- Les entretiens que nous avons menés ont fait remonter autant **d'initiatives** - l'utilisation de voitures hybrides, le refus de prendre l'avion... - que de **souhaits** - agir plus en faveur des moyens de mobilité douce qui sont déjà mis en place par et au sein de GBA... Il semblerait que les **documents initiaux de subvention** ne permettent pas tels quels de **joindre souhaits et initiatives**, **et limitent un peu l'efficacité** de ce qui est mis en place.

Sources : demandes de subventions, entretiens

3 - AXE ÉCONOMIQUE



Les champs d'analyse retenus pour l'Axe économique

Dans cette partie nous nous sommes efforcés de répondre à la commande initiale en élaborant une méthode de mesure des retombées économiques engendrées par le sport de haut niveau. Face aux limites évoquées dans l'état de l'art concernant les méthodes d'évaluation des retombées, nous avons préféré décomposer notre analyse de la façon suivante. D'abord une partie montrant le rôle essentiel de la collectivité dans le modèle économique des clubs, puis une partie montrant que le sport de haut niveau dynamise le tissu économique local. Enfin, une partie présentant une estimation des retombées sur le territoire d'un événement sportif de haut niveau.

Enjeu A

La place de
l'agglomération dans le
modèle économique des
clubs

Enjeu B

L'apport du sport de
haut niveau pour le
tissu économique local

Enjeu C

Les retombées
économiques des
événements sportifs

Les champs d'analyse retenus pour l'axe économique: Enjeu A

Enjeu A : La place de l'agglomération dans le modèle économique des clubs

- 1- Bien que les modèles économiques soient diversifiés, l'agglomération est un partenaire économique de premier rang pour les clubs**
- 2- Au-delà des financements directs, la mise à disposition des infrastructures sportives s'avère être déterminante pour le développement économique des clubs**
- 3- Malgré des sources de financement diversifiées, l'aléa sportif menace toujours la viabilité économique des clubs**

1 - Bien que les modèles économiques soient diversifiés, l'agglomération est un partenaire économique de premier rang pour les clubs

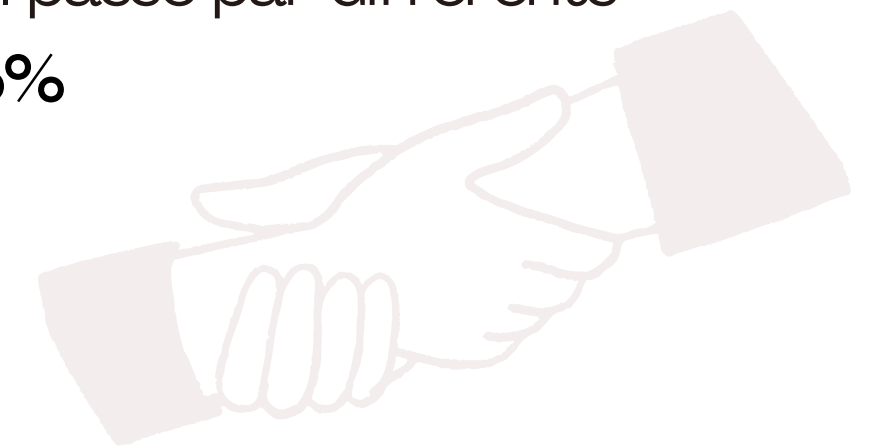
Les clubs présentent un modèle économique qui tend à s'émanciper du financement public.

En outre, **les subventions publiques** représentent “seulement” entre **13% et 22%** du budget des clubs au sein desquelles il faut compter entre **7 et 12%** de subventions de l'agglomération.

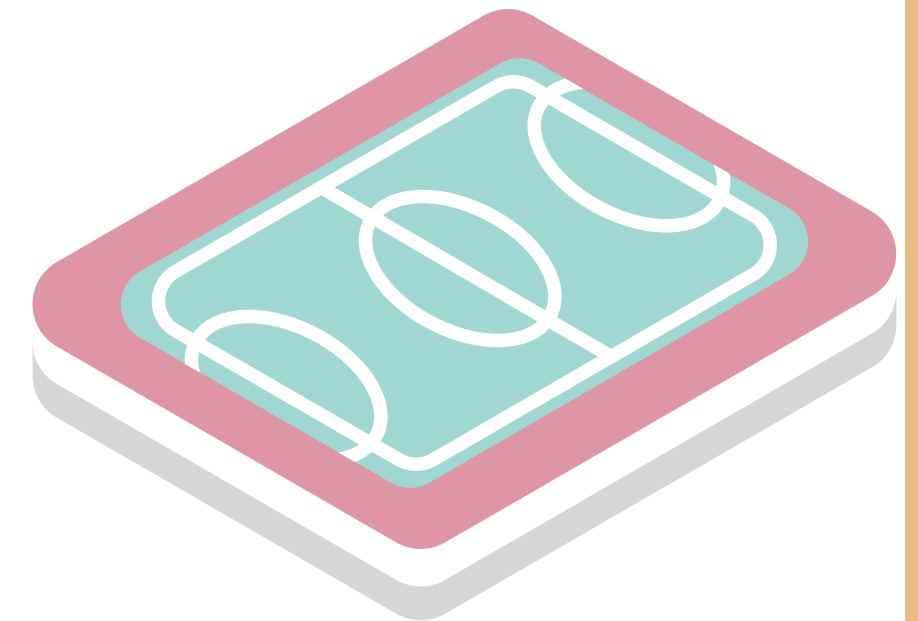
Le financement privé est la part la plus importante du modèle économique des clubs. Il passe par différents canaux que constituent principalement :

- **le sponsoring privé de 42% à 65%**
- **les recettes de matches**
- **les activités parallèles**

Il faut noter que **l'aide de l'agglomération** ne peut uniquement être comptabilisée au travers du montant des subventions directes. Celle-ci passe également par : – **la mise à disposition des infrastructures**
– **la mise en relation avec des sponsors potentiels**



2 - Au delà des financements directs, la mise à disposition des infrastructures sportives s'avère être déterminante pour le développement économique des clubs



- Une reconnaissance sans détour de la **chance** des clubs de disposer de telles **infrastructures** sur le territoire de l'agglomération.

➤ *“Il faut le reconnaître, très peu de clubs disposent d'une telle infrastructure sur des territoires similaires”*
Un dirigeant de club

- Le salon VIP du **stade Verchère** est un **lieu essentiel pour le lien avec les sponsors** en offrant à ces derniers un **véritable lieu d'échange** pour renforcer leurs réseaux.

Il est à noter que les **dépenses liées à l'entretien des infrastructures** représentent la **majeure partie** des dépenses de l'agglomération pour le sport de haut niveau. La collectivité est ainsi fortement **exposée aux hausses des coûts** liées à l'inflation.

3 - Malgré des sources de financement diversifiées, l'aléa sportif menace toujours la viabilité économique des clubs

- Une partie du modèle économique des clubs repose sur **des ressources menacées par l'aléa sportif** comme le sponsoring, la billetterie et les droits TV.
- La constitution d'un **réseau de sponsors diversifié** est un atout pour prévenir des dommages de l'aléa sportif. La JL compte **plus de 300 sponsors et l'USBPA plus de 250**.
- L'agglomération offre aux clubs un partenariat durable facilitant la traversée des crises.
↳ *“L'agglomération est restée un soutien solide nous permettant de rester à flot en temps de crise”*
Un dirigeant de club

Les champs d'analyse retenus pour l'axe économique: Enjeu B

Enjeu B: L'apport du sport de haut niveau pour le tissu économique local

- 1 - Des infrastructures qui peuvent être utilisées par les clubs résidents mais aussi par d'autres acteurs du territoire**
- 2- Une relation avec les sponsors qui tend à dépasser le simple enjeu de visibilité en faisant des clubs des acteurs majeurs de la vie économique locale**

1 - Des infrastructures qui peuvent être utilisées par les clubs résidents mais aussi par d'autres acteurs du territoire

- Les dépenses consenties pour les infrastructures, ne doivent pas être uniquement perçues comme des aides au sport de haut niveau. En effet, ces infrastructures peuvent héberger d'autres activités.
- L'Ekinox sert déjà bien au-delà du Basket (**spectacles, concerts, salons,...**) et constitue l'un des **cœurs battants de la vie culturelle locale**.
- Le stade Verchère possède également un **potentiel au-delà du sport** même si celui-ci n'a jusque-là pas été véritablement utilisé.



Projet: Badabourk



2 - Une relation avec les sponsors qui tend à dépasser le simple enjeu de visibilité en faisant des clubs des acteurs majeurs de la vie économique locale

- Un sponsoring qui bénéficie également aux employés des **groupes partenaires** avec des invitations aux matchs et une collaboration notamment sur des enjeux de santé en entreprise.

→ **Exemple :** *Déplacement de l'ostéopathe du club sur la chaîne de production d'un sponsor*

- Le Club BB+ de la JL constitue un **véritable lieu de rencontre et incubateur de projets locaux**. En son sein, les sponsors du clubs sont amenés à se rencontrer notamment autour d'événements thématiques (santé, énergie,...) et de projets accompagnés par la JL.

→ **Exemple :** *Un projet de bio-carburant réunissant différents partenaires des clubs*

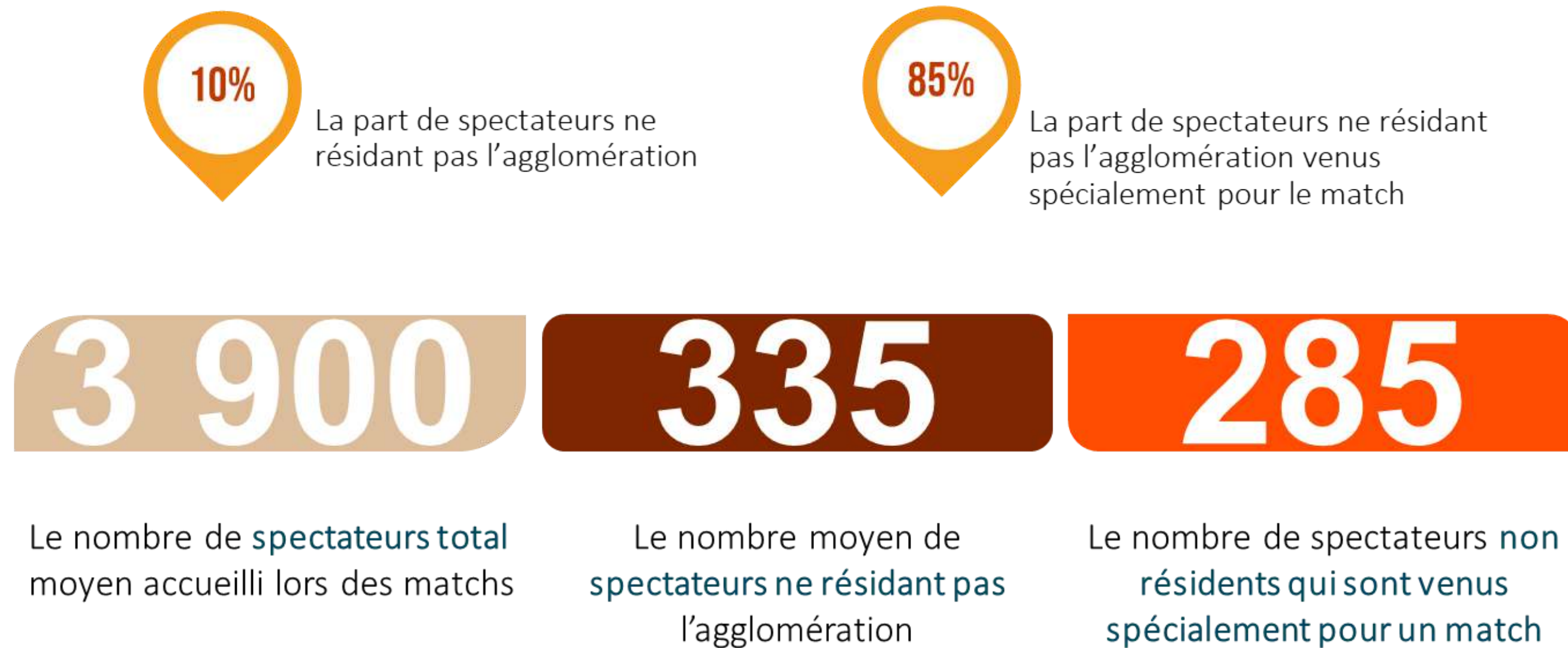


Les champs d'analyse retenus pour l'axe économique: Enjeu C

Enjeu C: Les retombées économiques des événements sportifs

- 1 - Des événements sportifs qui drainent un nombre important de spectateurs principalement issus de l'agglomération
- 2 - Des prestations associées à l'organisation des événements sportifs qui profitent très largement aux acteurs économiques de l'agglomération
- 3 - Finalement, des retombées économiques nettes pour l'agglomération lors de chaque rencontre sportive

1 - Des évènements sportifs qui drainent un nombre important de spectateurs principalement issus de l'agglomération



Estimations faites à partir de l'analyse des données "organisateur" et de l'exploitation des résultats de l'enquête spectateur.

2 - Des prestations associées à l'organisation des événements sportifs qui profitent très largement aux acteurs économiques de l'agglomération



Les dépenses totales

Les clubs ont dépensé en moyenne **43 000€** pour organiser leurs rencontres sportives



Dépenses locales

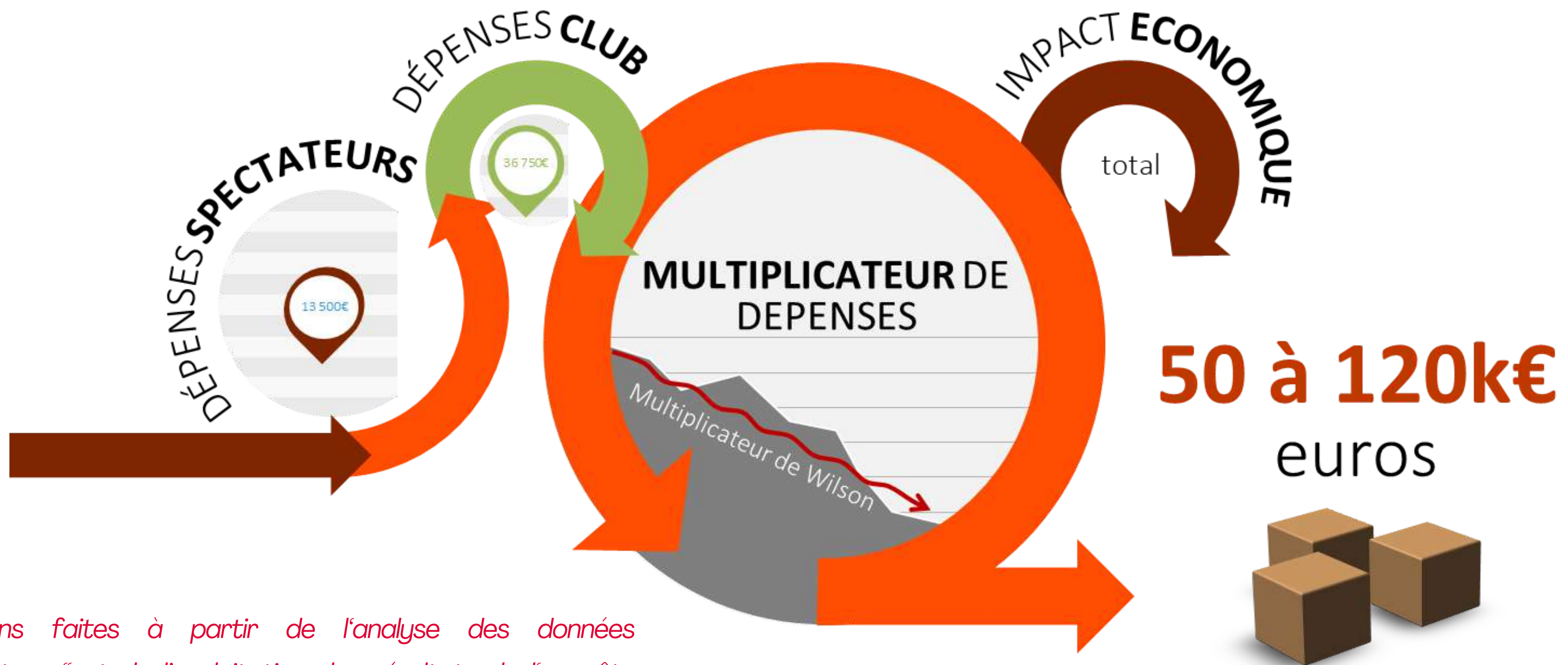
36 750 euros (85%) ont en moyenne été dépensés auprès d'acteurs localisés sur le territoire de l'agglomération.



Autres dépenses

Les autres dépenses constituent des **fuites hors territoire** (ex: prise en charge des frais de déplacement des délégations de club adverses).

3 - Finalement, des retombées économiques nettes pour l'agglomération lors de chaque rencontre sportive



Estimations faites à partir de l'analyse des données "organiseurs" et de l'exploitation des résultats de l'enquête spectateur.

Point méthodologique: Le multiplicateur de Wilson

- Le **multiplicateur de Wilson** est un concept économique utilisé pour mesurer les retombées économiques d'événements, y compris **les événements sportifs**. Il tient son nom de l'économiste britannique Geoffrey Wilson.
- En se focalisant uniquement sur **les dépenses des visiteurs extérieurs**, on **minimise** les erreurs causées par **les effets de substitution**, où les dépenses locales auraient simplement été réaffectées d'un secteur à un autre sans créer de valeur économique supplémentaire.
- On applique **le multiplicateur de Wilson** pour estimer l'impact total de ces dépenses sur l'économie locale. Le multiplicateur illustre combien chaque euro dépensé par ces visiteurs circule et se multiplie dans l'économie locale.
- Il est cependant essentiel d'aborder les résultats avec **une compréhension critique** des hypothèses sous-jacentes et des limites en terme de qualité des données utilisées.

PARTIE 4 - CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS



Nos conclusions

Axe Social

L'**utilité sociale** des clubs s'observe à deux niveaux :

- D'abord les clubs organisent des **manifestations sportives** qui jouent un rôle central dans l'**animation** du territoire, la **cohésion** de la population et aussi dans l'**image** que les habitants se font de leur **territoire**
- Ensuite, par les **initiatives** qu'ils mettent en place notamment à destination de **publics vulnérables** (psh, qpv, seniors...).

Cela étant, l'implication sociétale des clubs pourrait être **plus ancrée dans le quotidien du territoire**, en rendant les initiatives **plus récurrentes et pérennes**.

Axe Environnemental

La mobilisation des clubs sur le champ environnemental est **pleine et entière**. Ils sont **pro-actifs** et **force d'initiative**.

Néanmoins comme pour leur implication sociale, les **initiatives** environnementales nécessitent d'être **consolidées, approfondies**, voire **mises au défi par l'agglomération** qui pourrait davantage s'appuyer sur les clubs pour **développer** sa politique environnementale.

Axe Économique

Le partenariat économique qui lie les clubs professionnels à l'intercommunalité est **profitable aux différentes parties**. En effet, le modèle économique des clubs est **solidifié** par les subventions publiques (sans en être dépendant) et l'**agglomération tire profit de retombées territoriales** liées aux rencontres sportives professionnelles.

En réalisant leurs dépenses auprès d'acteurs économiques locaux, **les clubs se connectent pleinement** au tissu économique local et participent au développement du territoire et de ses entreprises. Également, au travers des espaces de convivialité des infrastructures sportives, les rencontres sportives des clubs professionnels sont souvent des lieux où se nouent des contacts entre acteurs économiques locaux, voire **des lieux où sont impulsés de nouveaux projets utiles au territoire**.

Nos recommandations 1/2

Recommandations au territoire

- **Renforcer la communication entre les clubs et l'agglomération.**
- **Intensifier les partenariats** entre l'agglomération et les clubs dès les **documents initiaux de subvention**, notamment sur les thématiques sociales et environnementales.
- **Encourager** les bonnes **initiatives RSE** par une **logique de récompense**.
- **Mener des campagnes de sensibilisation** aux enjeux climatiques (tri, utilisation de l'énergie etc) en s'appuyant sur l'image déjà positive des clubs (affiches, clips..).



- **Renforcer le sentiment d'appartenance et de fierté du territoire** en mettant en lumière les exploits sportifs des clubs. Par exemple, organiser des journées à thème, ou décorer la ville aux couleurs des clubs lors de matches importants.
- Mettre en place des **indicateurs** pour donner un **cadre aux actions sociales des clubs**

Nos recommandations 2/2

Recommandations aux clubs

- **Développer le mode de sponsoring** afin de faire des clubs des facilitateurs de l'activité économique locale .
- **Renforcer la diversité** des sources de revenus afin de maintenir un équilibre entre ressources pérennes et ressources soumises à l'aléa sportif.
- **Développer la complémentarité des initiatives menées par les clubs** afin de couvrir l'ensemble des enjeux sociaux (solidarité, sport santé,...) sans laisser de côté une partie de la population.



- **Mutualiser** les bonnes pratiques et la coordination entre les clubs : encourager les clubs à devenir des partenaires de l'action sociale.
- Se servir de l'année des Jeux comme tremplin **pour pérenniser** les initiatives sociales mises en place sur le territoire sur le long terme

Pour aller plus loin



- Réaliser une étude approfondie sur la masse salariale engendrée par les clubs sportifs
- Mener une enquête sur la perception du sport dans les villes rurales, hors Bourg-en-Bresse
- Mesurer l'impact économique d'un grand événement sportif tel que le Jumping
- Observer les territoires environnants et leurs politiques sportives à des fins de benchmark

ANNEXES



Méthodologie: les entretiens

- Nous avons mené 15 entretiens semi-directifs, entre janvier et mars 2024.
- Les enseignements tirés des entretiens ont été totalement anonymisés dans ce rapport
- Les entretiens n'ont pas fait l'objet d'une retranscription écrite
- Avant chaque entretien, le groupe a rédigé un guide d'entretien. Ci-après se trouvent trois modèles types desdits guides d'entretien.

Guide d'entretien des élus

Introduction :

Présentez-vous

Politique :

Quel est le rôle/ la compétence du département dans le milieu sportif et quelles sont les principales politiques publiques sportives mises en place par la ville/l'Agglomération/le Département?

- Selon vous À quel degré le Grand Bourg / le Département prend son rôle (en comparaison à d'autres agglomérations/départements et avec le budget)
- Que pensez-vous des modalités de soutien aux clubs mises en place par GBA ? (suffisantes, ou pas ?)

Quels sont les objectifs prioritaires de la politique actuelle ?

Quel soutien est apporté précisément à ces clubs (pour quels raisons /objectifs)
(économique, politique, soutien dans les projets)

Sport et les clubs :

Quel regard portez-vous sur les 3 clubs ?

Quel regard portez-vous sur l'apport éco/social et environnemental des clubs ? Les conventions d'objectifs sont-elles respectées et y accordez-vous une attention particulière? Quelles sont les attentes du département pour les clubs, et sont-elles différenciées entre chaque (club) ?

Constatez-vous des externalités négatives engendrées par le sport professionnel sur le territoire ?

Territoire

Quelle est votre vision globale d'ici 5-10 ans ? quels défis pour le territoire à horizon 5 à 10 ans et quel rôle à prévoir pour les clubs professionnels du territoire pour les relever ?

Selon vous, quels sont les enjeux de la politique locale sportive sur ce territoire, ainsi que ses impacts ? (demander la particularité de ce territoire)

Existe-il des tensions liées à la géographie du territoire ? (Bourg vs petites villes // question département)

Conclusion:

Quels axes aimeriez-vous pouvoir approfondir grâce à notre rapport ?

Guide d'entretien des représentants de clubs

• Economique :

- Pouvez-vous présenter, à grands traits, le modèle économique de votre club ?
 - Sauriez-vous nous dire comment se répartissent les différentes sources de revenus du club ? (% revenu de billetterie, de sponsoring, subventions...)
 - Sauriez-vous nous dire comment se répartissent les différentes dépenses du club (ruissellement du flux économique des clubs pros)
- Est-ce que le fait de jouer dans une certaine compétition facilite ou complique le sponsoring (négociations, dons...) ?
 - Pour la sécurité, l'entretien, les vestiaires, les buvettes, y a-t-il des partenariats avec des entreprises privées ?
 - Si oui, quels sont-ils ?
 - Le club fait-il appel au bénévolat ?
- D'après vous, est-ce que les modalités de soutien de vos partenaires institutionnels sont à la hauteur ?
 - Faudrait-il plus de budget alloué au club ?
 - Une autre forme d'aide au club ?
- Pour les infrastructures, l'espace business, quelle est la contribution des partenaires institutionnels ?
 - Payez-vous un loyer ?
 - Êtes-vous satisfait des infrastructures ?
 - Si non, quelles seraient les améliorations à apporter (par ordre de priorité si possible)

• Social :

- Quels sont les dispositifs de soutien à la réussite scolaire durant le parcours en centre de formation ?
- Comment sont accompagnés les joueurs ne décrochant pas de contrat professionnel ?
- Y a-t-il des activités/interventions réalisées auprès des écoles ?
- Y a-t-il des activités/interventions réalisées auprès des jeunes issus des QPV ?
- Y a-t-il des activités/interventions réalisées dans une dynamique santé (sport santé, intervention en maison de la santé, en ehpad, IME...) ?
- Le partenariat avec les sponsors va-t-il au-delà de l'aide financière? Vous aident-ils à organiser des événements à destination de la population...?

• Environnemental :

- Y a-t-il des initiatives prises pour limiter l'impact environnemental des clubs ?
 - Mobilité: initiatives prises lors du déplacement des équipes ? des supporters ?
 - Restauration: en sélectionnant des prestataires locaux ? en circuit-court ?
 - Energie: en définissant une stratégie éco-responsable pour chauffer, arroser ?

Avez-vous des sujets sur lesquels vous voulez rebondir?

Demande CONTACTS (SPONSORS)

Demande DONNEES qui pourraient faciliter notre analyse d'impact éco, social et environnemental: BILAN D'ACTIVITE, BROCHURE RSE...

Guide d'entretien des acteurs sociaux

Guide d'entretien avec les acteurs sociaux territoriaux

- Présentation des interlocuteurs
- Présentation du projet

Thème sociétal

- Selon vous, qu'évoque la présence des infrastructures sportives auprès des habitants de l'agglomération ? Quel rôle, s'il en est, leur attribuent-ils ?
- Pensez-vous que les habitants soient généralement informés du calendrier sportif du territoire ? Remarquez-vous que le degré d'information diffère d'un événement à un autre ou d'un club à un autre ?
- Les jeunes et habitants des quartiers prioritaires de la politique de la ville (public cible) bénéficient-ils d'actions et d'activités menées par les clubs professionnels ? Si oui, à quelle fréquence ?
- Voyez-vous une conséquence directe de ces actions sur le [public cible] ? Si oui, ces conséquences sont-elles, sinon quantifiables, au moins concrètement observables ? Ou bien se reflètent-elles plus discrètement dans des comportements, discours ... ?
- Quels sont les moyens de communication les plus utilisés par vos publics ? Trouvez-vous qu'ils sont assez mobilisés par les clubs et par l'agglomération - dans le domaine de sa politique sportive - ?
- Vos publics sont-ils engagés dans les célébrations sportives de la ville (cela peut-il se mesurer) ? Les clubs et l'agglomération engagent-ils assez l'association de vos publics dans les célébrations sportives ?
- Pensez-vous à des moyens pour que vos publics soient plus au courant de la vie des clubs professionnels ?
- Pensez-vous à des moyens pour que l'association entre les clubs et vos publics, autour des célébrations sportives, soit renforcée ?

Thème territorial :

- Relevez-vous un sentiment d'appartenance ou de fierté pour le territoire, au sein de vos publics ? Si oui, à quelle échelle se tient-il ? Concerne-t-il l'appartenance à la métropole, à un quartier, à un club ?
- Ce sentiment, s'il en est, est-il perceptible (chants, port de vêtements des clubs) ou bien se traduit-il dans les discours ?
- Les communautés locales participent-elles à la vie sportive professionnelle de la commune (bénévoles, supporters...) ? Existe-il des tendances par période, club, quartier ?
- La vie sportive du territoire sert-il de marqueur identificateur ? Occupe-t-elle une place importante dans leurs loisirs, leur temps ?
- Relevez-vous des disparités conséquentes dans l'engagement dans la vie sportive du territoire, la connaissance de cette dernière, la perception de celle-ci, entre différentes populations ? Selon quels critères (géographiques ? socio-économiques ? âge ?) ?

Méthodologie : Étude sociologique des profils des spectateurs

Etude spectateurs réalisée au cours de 3 matchs :

- Match de football : 03/02/2024 FBBP 01 – Fleury, Stade Verchère
- Match de basketball : 06/02/2024, JL Bourg – Ratiopharm ULM, Salle Ekinox
- Match de rugby : 09/02/2024, USBPA – Chambéry, Stade Verchère

Mode d'administration du questionnaire :

- Création du questionnaire à partir du logiciel Sphinx
- Administration en direct du questionnaire par des membres du groupe
- Réponse sur téléphone en autonomie par les spectateurs, via le flash d'un QR code

Résultats :

- 292 réponses obtenues au total sur les 3 matchs
- Les résultats de l'enquête ont été agrégés sur les 3 matchs
- Les statistiques et graphique résultant de l'enquête ont été élaborés à l'aide du logiciel Sphinx

Étude sociologique des profils des spectateurs

- 1) Quel est votre sexe ?
 - ; Masculin
 - ; Féminin
 - ; Non Binaire
- 2) Quel est votre âge ?
 - ; 15-24 ans
 - ; 25-34 ans
 - ; 35-59 ans
 - ; 60 ans et plus
- 3) Quel est votre lieu de résidence ?
 - ; Bourg-en-Bresse
 - ; Agglomération Grand Bourg
 - ; Département
 - ; Région
 - ; France
 - ; Autre
- 4) Combien de nuit avez-vous séjourné en dehors de chez vous ?
 - ; 0
 - ; 1
 - ; 2
 - ; 3 ou plus
- 5) Si Q3 pas Grand Bourg : N'étant pas résident de l'Agglomération de Bourg-en-Bresse, comment vous logez-vous ?
 - ; Hébergé à titre gratuit
 - ; Hôtel
 - ; Airbnb ou équivalent
 - ; Gîtes
 - ; Autres
- 6) Quelle est la raison de votre venue sur le territoire aujourd'hui ?
 - ; Famille
 - ; Visiter/Tourisme
 - ; Déplacement/Travail
 - ; Match
- 7) Pourquoi venez-vous au stade en général ?
 - ; Supporting
 - ; Ambiance
 - ; Rencontres professionnelles
 - ; Curiosité/Découverte
 - ; Autre
- 8) Quel type de spectateur êtes-vous ?
 - ; Celui qui chante
 - ; L'abonné à la buvette
 - ; Celui qui a pas eu le choix
 - ; L'analyste
 - ; L'arbitre
 - ; L'entraîneur
 - ; Autre
- 9) Avez-vous prévu autre chose avant ou après le match ?
 - ; Non
 - ; Restaurants/Bars
 - ; Activités de Loisirs (Bowling, cinéma ...)
 - ; Visite du patrimoine
 - ; Shopping
- 10) Avec qui êtes-vous venus assister à ce match ?
 - ; Famille
 - ; Amis
 - ; Collègues
 - ; Seul
 - ; Autre
- 11) Avec combien de personnes êtes-vous venus assister à ce match ?
 - ; Seul
 - ; 1
 - ; 2
 - ; 3
 - ; 4
 - ; 5 et plus
- 12) Avez-vous une idée du budget que représente cette journée pour vous (match exclu) ?
 - ; réponse numérique
- 13) Comment avez-vous dépensé ce montant ?
 - ; Boissons/Restauration
 - ; Merchandising
 - ; Autres
- 14) Quel(s) mode(s) de transport avez-vous utilisé(s) pour venir sur place, depuis votre domicile ?
 - ; A pieds
 - ; En vélo/trottinette
 - ; En voiture individuelle
 - ; En co-voiturage
 - ; En bus
 - ; En train
 - ; Autres et précisez
- 15) Combien de temps mettez-vous pour venir à l'Ekinox / au Stade Verchère ?
 - ; 0 à 10 min
 - ; 10 min à 20 min
 - ; 20 min à 40 min
 - ; 40 min à 1h
 - ; 1h et plus
- 16) Êtes-vous abonné ?
 - ; Oui
 - ; Non
- 17) Pour finir, à combien de matchs assistez-vous, par saison ?
 - ; Abonné
 - ; 1 à 5 matchs
 - ; 6 à 10 matchs
 - ; 10 matchs et plus

Méthodologie : Enquête sponsors

Objectifs :

- Le questionnaire devait permettre d'éclairer les motifs pour lesquels une entreprise décide de devenir sponsor d'un club.
- Il devait également permettre d'évaluer la perception des retombées pour l'entreprise d'un tel partenariat.

Mode d'administration :

- Le questionnaire a été conçu sur Google Forms afin de faciliter son envoi.
- Il a ensuite été envoyé aux responsables des partenariats de chaque clubs afin qu'il soit retransmis aux sponsors.
- Les sponsors ont pu répondre en ligne dès leur réception du lien du document.

Résultats :

- 32 réponses obtenues
- Les résultats ont principalement été utilisés dans l'analyse qualitative du sponsoring.

Enquête sponsors

Bonjour,

Nous sommes un groupe d'étudiants à Sciences Po Lyon et nous réalisons, dans le cadre de nos études, une étude sur l'impact économique, social et environnemental du sport professionnel sur le territoire de Grand Bourg Agglomération (le commanditaire de cette étude).

Pour mener à bien cette étude, nous avons besoin de vous ! Nous vous invitons donc à remplir le court questionnaire ci-dessous.

Les informations récoltées dans ce questionnaire seront uniquement utilisées dans le cadre de l'étude.

Nous vous remercions d'avance pour votre participation à cette enquête.

Bien cordialement

Les étudiants de la Public Factory de Sciences Po Lyon

1. Quels clubs professionnels sponsorisez-vous ?

- JL Bourg
- USBPA
- FBB01

2. Depuis quelle année sponsorisez-vous le club ?

3. Quelles sont les raisons qui vous ont décidé à sponsoriser le club ? (Choix multiples possibles)

- Connaissances interpersonnelles entre membres du club et de l'entreprise
- Partenariat de longue date qui perdure
- Attrait pour la discipline sportive
- Attrait pour les engagements sociaux et/ou environnementaux du club (intégration sociale des jeunes, engagement RSE, etc.)
- Réponse positive à une démarche de prospection du club
- Autres...

4. Quelles sont les activités ou les services induits par le sponsoring (outre l'aspect financier) ?

5. Concernant l'aspect financier, pouvez-vous nous indiquer le montant (même approximatif) induit par votre sponsoring ?

6. Selon vous, après un calcul coût/avantage, le sponsoring apporte-t-il une réelle plus-value à votre entreprise ? Et pourquoi ?

Méthodologie : Enquête restaurants et hôtels

Objectifs :

- Le questionnaire devait permettre d'évaluer la perception des retombées pour les acteurs locaux des divers matches des équipes sportives de haut niveau

Mode d'administration :

- Le questionnaire a été conçu sur Google Forms afin de faciliter son utilisation.
- Il a ensuite été administré par téléphone aux hôtels et restaurants.

Résultats :

- 7 réponses obtenues
- Les résultats ont principalement été utilisés dans l'analyse de la perception du territoire par les acteurs locaux.

Enquête restaurants et hôtels

- Avez-vous noué un partenariat avec un ou plusieurs des clubs professionnels du territoire ?
☐ Oui ☐ Non
- Si oui, pouvez-vous expliquer en quoi consiste ce partenariat ?
- Avez-vous le sentiment que les manifestations sportives des clubs professionnels vous sont bénéfiques ?
☐ Oui ☐ Non
- Si oui, pouvez-vous préciser en quoi? (*augmentation des réservations, visibilité de votre établissement accrue ...?*)
- Constatez-vous une augmentation de votre chiffre d'affaire les soirs de matchs des clubs professionnels?
☐ Oui, de manière systématique
☐ Oui, cela peut arriver ponctuellement
☐ Non, il n'y a pas d'incidence
☐ Ne sait pas
- Si oui, pouvez-vous estimer la part de votre chiffre d'affaire annuel imputable aux manifestations sportives des clubs professionnels ?

BIBLIOGRAPHIE



Etat de l'art : Sources

- Andreff W. L'économie du sport: à la croisée des chemins. In: Callède JP, éditeur. Sport, fête et société [Internet]. Pessac: Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine; 2019 [cité 9 oct 2023]. p. 49-70. (Cahiers de l'université sportive d'été). Disponible sur: <http://books.openedition.org/msha/13355>
- Barget E, Ferrand A. Impact économique des événements sportifs sur le territoire : une méthode d'analyse basée sur les échanges entre les parties prenantes. Management & Avenir. 2012;57(7):96-112.
- Bourg G. Projet de territoire [Internet]. [cité 11 avr 2024]. Disponible sur: <https://www.grandbourg.fr/471-projet-de-territoire.htm>
- Bourg G. Rapport Développement durable [Internet]. [cité 11 avr 2024]. Disponible sur: <https://www.grandbourg.fr/2305-rapport-developpement-durable.htm>
- Chiffres clés du basket professionnel français, saison 2013-14 | Centre de Droit et d'Economie du Sport [Internet]. [cité 11 avr 2024]. Disponible sur: <https://v1.cdes.fr/expertise/economie-sport/nos-r-f-rences/chiffres-cl-s-basket-professionnel-fran-ais-saison-2013-14>
- Dominique C, et al. « L'impact social des grands événements sportifs : réflexions théoriques et méthodologiques à partir de l'Euro 2016 », Movement & Sport Sciences - Science & Motricité, vol. 107, no. 1, 2020, pp. 3-15.
- Dossier complet - Commune de Grand-Bourg (97112) | Insee [Internet]. [cité 11 avr 2024]. Disponible sur: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2011101?geo=COM-97112#consulter-sommaire>
- ÉTUDE D'IMPACT ÉCONOMIQUE, SOCIAL, ENVIRONNEMENTAL ET MÉDIATIQUE DE LA RYDER CUP | Centre de Droit et d'Economie du Sport [Internet]. [cité 11 avr 2024]. Disponible sur: <https://v1.cdes.fr/expertise/economie-sport/nos-r-f-rences/tude-d-impact-conomique-social-environnemental-et-m-diatique>
- Impact économique et utilité sociale de la Coupe du Monde de Rugby 2007 en France | Centre de Droit et d'Economie du Sport [Internet]. [cité 11 avr 2024]. Disponible sur: <https://v1.cdes.fr/expertise/economie-sport/nos-r-f-rences/impact-economique-et-utilite-sociale-coupe-monde-rugby-2007>
- Kuklina N. Evaluer l'impact territorial d'un événement sportif: application au cas de la " Val de Lorraine Classic " , un événement majeur de Pays du Val de Lorraine. juin 2011 [cité 2 oct 2023]; Disponible sur: <https://hal.univ-lorraine.fr/hal-01879744/document>
- Le Conseil économique social et environnemental [Internet]. [cité 11 avr 2024]. L'économie du sport. Disponible sur: <http://www.lecese.fr/travaux-publies/leconomie-du-sport>
- Le foot pro génère 4,3 milliards d'euros, c'est une belle société nationale. Le Monde.fr [Internet]. 28 oct 2010 [cité 8 oct 2023]; Disponible sur: https://nouveau-europresse-com.ressources.sciencespo-lyon.fr/Link/LYONT_5/news-20101028-LMF-1431931
- MOUNET, J.-P., « Impact Environnemental : Dictionnaire critique de l'anthropocène », Paris - CNRS Editions, 2020, pp. 472-474.
- Rodas H, Trabal P. De la place des médias dans l'analyse des affaires sportives. Le Temps des médias. 2007;9(2):91-106.