



RESTITUTION FINALE

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

28 MARS 2024

GROUPE PUBLIC FACTORY PF 10

PLAN DE LA PRÉSENTATION

PARTIE 1 - 10 MINUTES

RAPPEL DU CONTEXTE DE L'ÉTUDE

PARTIE 2 - 30 MINUTES

ENSEIGNEMENTS DE L'ÉTUDE

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

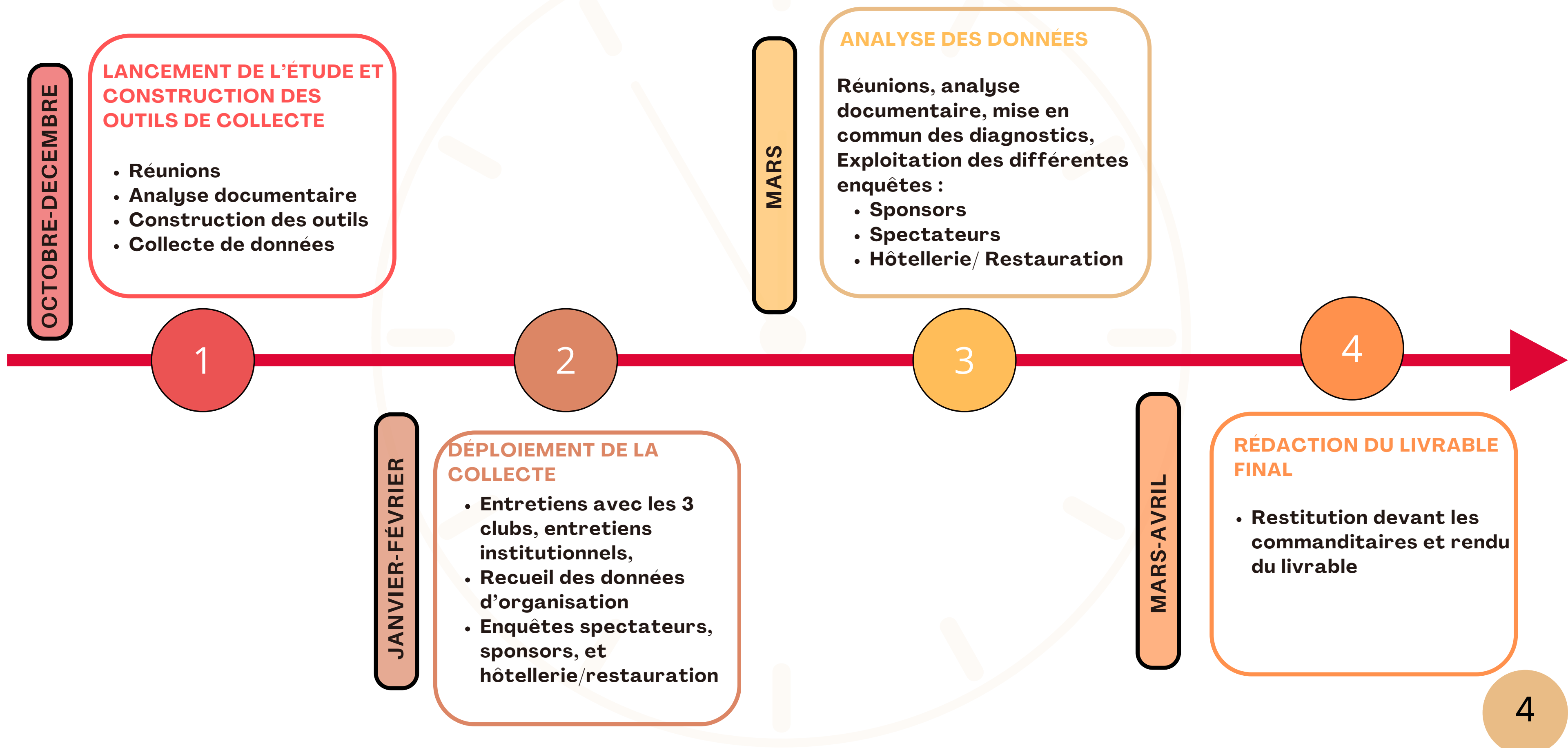
PARTIE 3 - 5 MINUTES

**CONCLUSION ET
RECOMMANDATIONS**

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

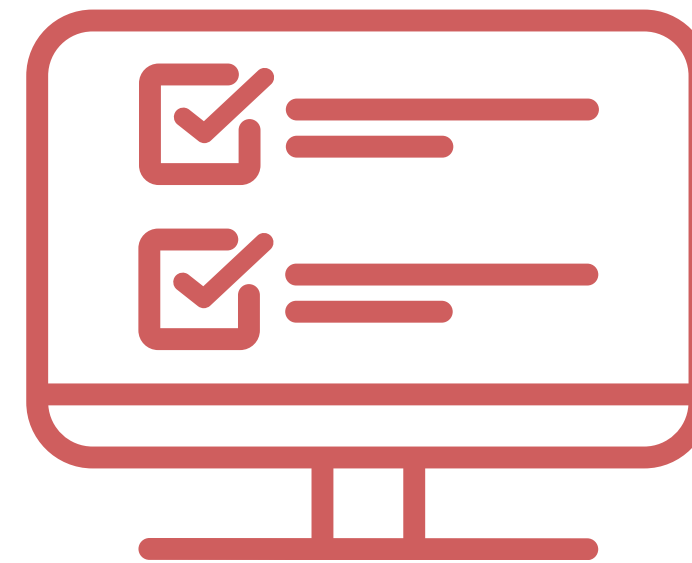
Une stratégie de collecte diversifiée

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 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

FBBP01 (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 - ENSEIGNEMENTS DE L'ETUDE

1-AXE SOCIAL



LES CHAMPS D'ANALYSE RETENUS POUR L'AXE SOCIAL

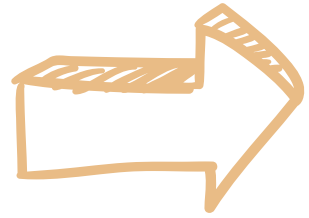
Enjeu A

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

Enjeu B

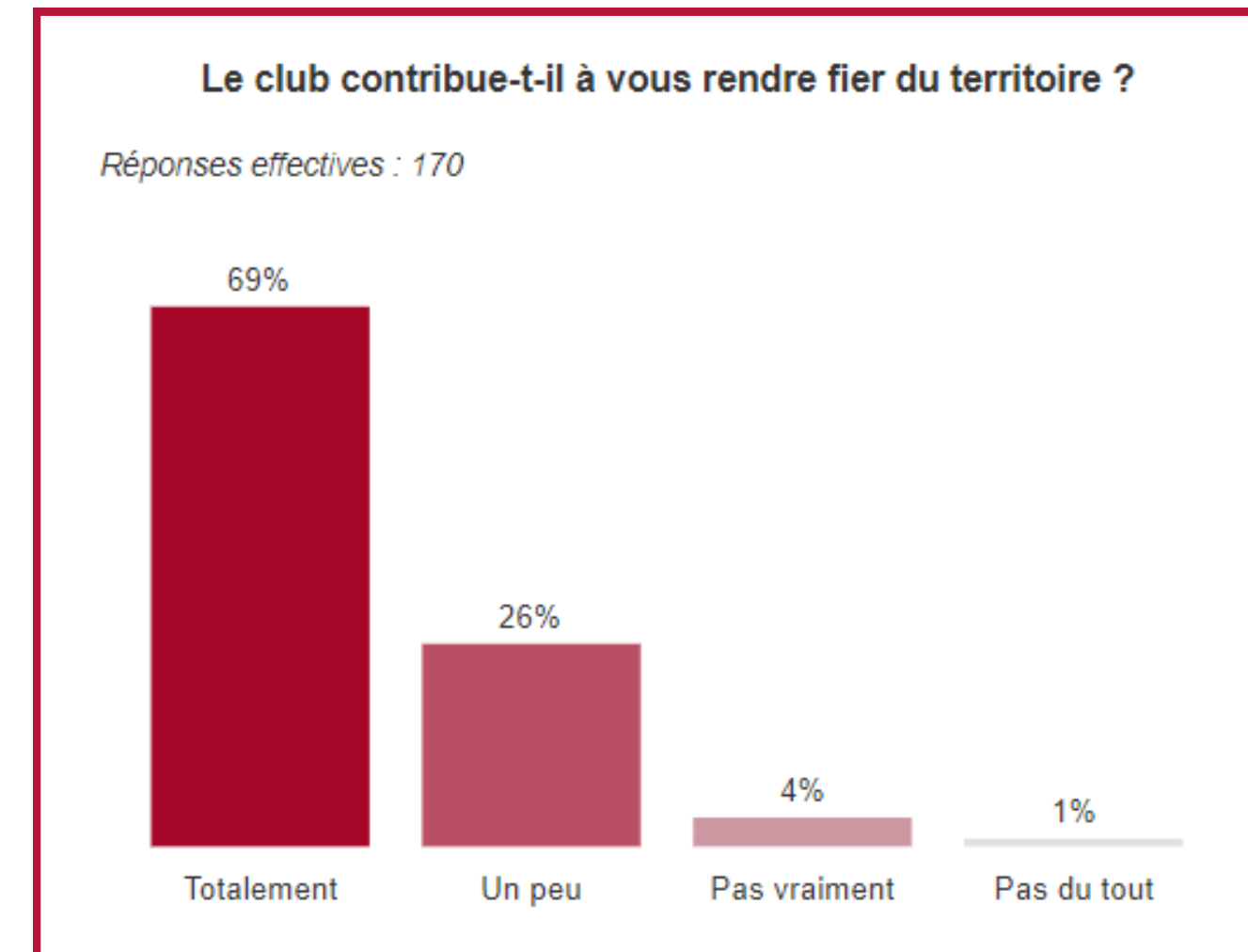
La contribution sociale des clubs de haut niveau à la vie du territoire et de ses habitants

A) La contribution des clubs de haut niveau au développement de l'image sportive du territoire (1/2)

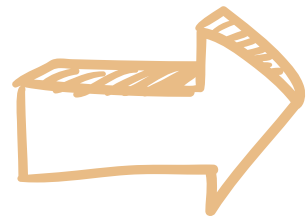


LES CLUBS DE HAUT NIVEAU SONT UN MOTIF DE FIERTÉ TERRITORIALE POUR LES SPECTATEURS ET PARTENAIRES RENCONTRÉS

- 95% des spectateurs interrogés indiquent que les clubs de haut niveau les rendent “totalement” ou “un peu” fiers du territoire.
- Les acteurs du tissu local le sont aussi : le responsable d'un hôtel indique “être fier de ce partenariat de prestige” qui valorise l'image de son établissement.
- Les clubs sont conscients que leur activité permet de promouvoir le territoire. Plusieurs indiquent être attentifs à l'image qu'ils véhiculent lors de leurs déplacements ou veillent à faire découvrir le territoire à leurs partenaires



A) La contribution des clubs de haut niveau au développement de l'image sportive du territoire (2/2)

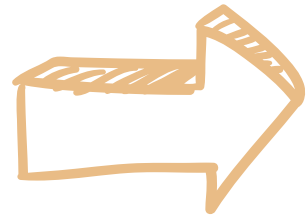


LE SPORT DE HAUT NIVEAU EST CATALYSEUR D'ENGOUEMENT ET CONTRIBUE À L'ANIMATION DU TERRITOIRE ET DE LA VIE DES HABITANTS

- Un “fort engouement populaire” accompagne le sport de haut niveau
 - ↳ Supporters USBPA : “peuple violet”
- Le sport de haut niveau est apprécié, en ce qu’il constitue un véritable rendez-vous festif du territoire et permet de “rassembler” les habitants des différentes catégories sociales et des différentes villes de l’agglomération
- Plusieurs habitants sont particulièrement fidèles au sport de haut niveau et ne ratent aucune rencontre !
 - ↳ “Oui on est abonnés, on vient quasiment à tous les matchs car on adore ça!”



B) La contribution sociale des clubs de haut niveau à la vie du territoire et de ses habitants (1/3)



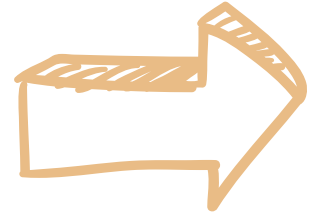
DES INITIATIVES SOCIALES MULTIPLES ET AUPRÈS DE DIFFÉRENTS TYPES DE PUBLICS ...

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	• 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

- 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

B) La contribution sociale des clubs de haut niveau à la vie du territoire et de ses habitants (2/3)



... QUI SONT APPRÉCIÉES ET VALORISÉES PAR LES ACTEURS DU TERRITOIRE

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

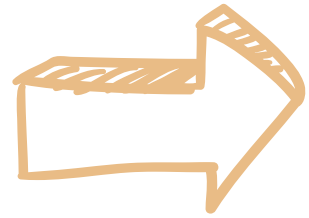
↳ *“Ils servent de modèles aux jeunes qui peuvent s’identifier à des sportifs de haut niveau qui ont fait carrière”* **Un élu**

↳ *“Nous n’avons eu que des retours extrêmement positifs des participants”* **Un élu**

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

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

B) La contribution sociale des clubs de haut niveau à la vie du territoire et de ses habitants (3/3)



PLUSIEURS LIMITES REPÉRÉES À L'INTERVENTION SOCIALE DES CLUBS SPORTIFS DE HAUT NIVEAU SUR LE TERRITOIRE

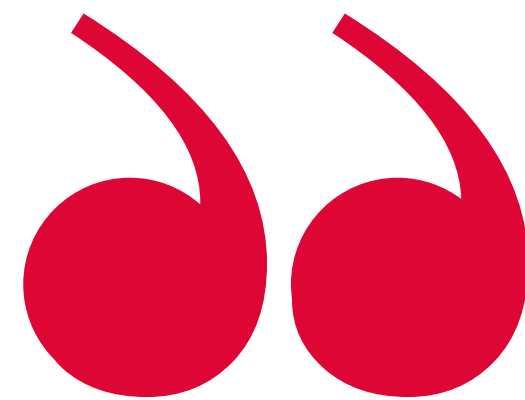
- **Un manque de pérennité** : la majorité des initiatives récentes recensées relèvent d'actions mises en place dans le cadre du **dispositif Terre de Jeux** ou de la **Semaine Olympique** organisée par l'Education Nationale. En conséquence, les initiatives des clubs semblent **peu récurrentes** (et peu pérennes), alors même que les moyens pour les pérenniser sont existants.
- **Une coordination insuffisante** : malgré la multiplicité des initiatives existantes, nous avons observé qu'il n'existe aucune coordination entre les clubs à leurs sujet. Par exemple, les objectifs de ces initiatives ne sont pas coordonnés.
- **Un déficit de visibilité** :
 - Certains acteurs du territoire aimeraient que les clubs se mobilisent encore plus pour mettre en place des initiatives sociales

↪ “ Il faudrait que les structures sportives s'investissent davantage ”

- Un manque de suivi des conventions de partenariat et d'objectifs

Sources : entretiens semi-directifs

2- AXE ENVIRONNEMENTAL



LES CHAMPS D'ANALYSE RETENUS POUR L'AXE ENVIRONNEMENTAL

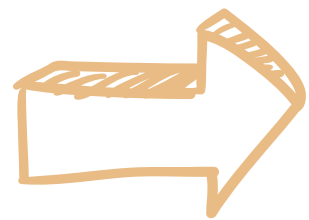
Enjeu A

La niveau de prise en compte des priorités environnementales du territoire par les clubs professionnels

Enjeu B

La contribution des clubs professionnels à la sensibilisation des spectateurs aux enjeux environnementaux

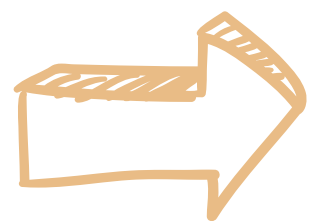
A) La prise en compte des priorités environnementales (1/3)



LES CLUBS PROFESSIONNELS COUVRENT L'ENSEMBLE DES PRIORITÉS ENVIRONNEMENTALES DU TERRITOIRE, EN INTERVENANT AU DELÀ DE CE QUE PRÉVOIENT LEURS CONVENTIONS D'OBJECTIFS

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 réutilisable		• Utiliser des produits locaux lors de repas d'association
Atteinte des objectifs fixés par les clubs pro				
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

A) La prise en compte des priorités environnementales (2/3)

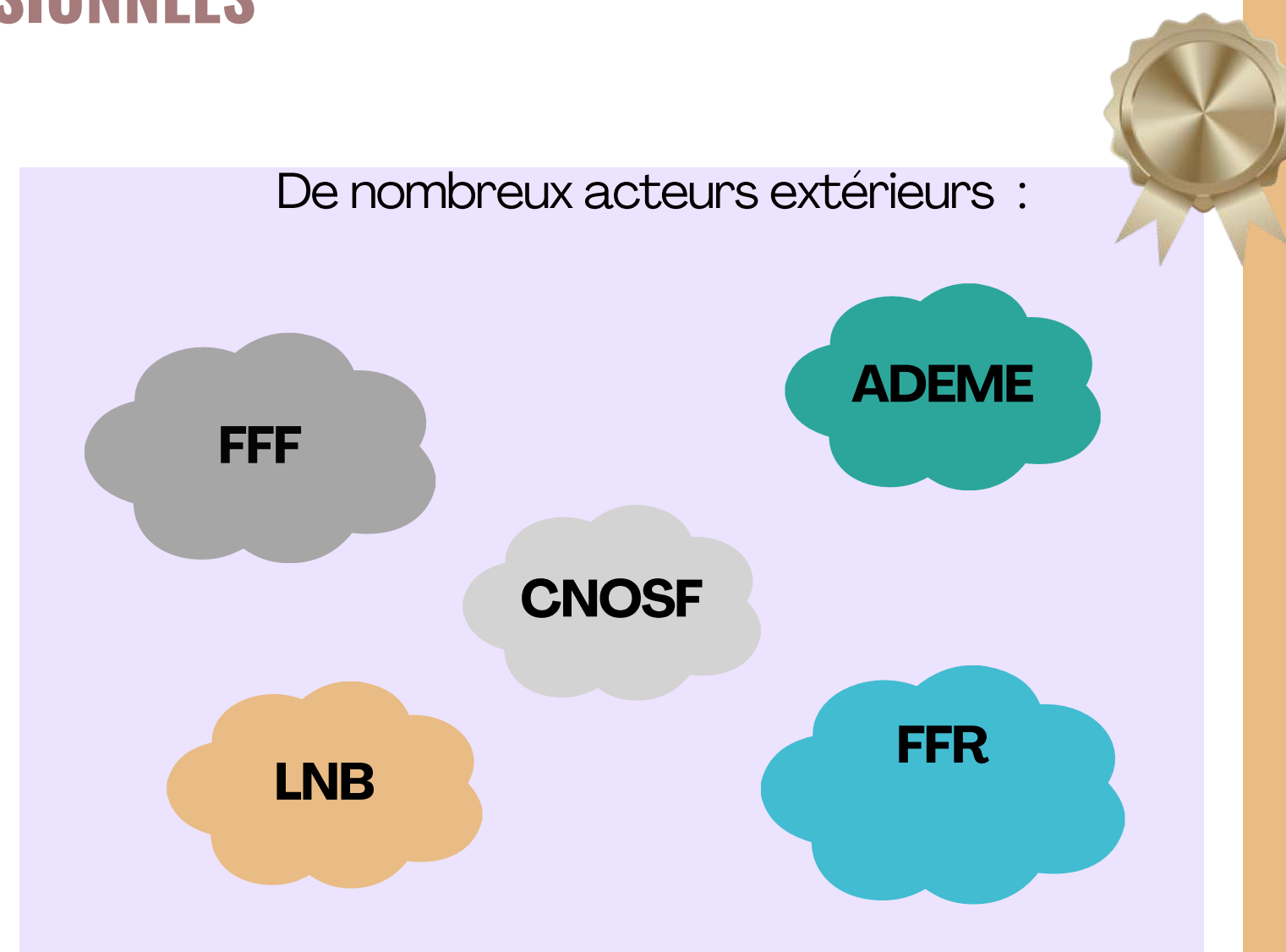


EN PLUS DES CONVENTIONS D'OBJECTIFS, LES POLITIQUES DE LABELISATION IMPULSÉES PAR LE MOUVEMENT SPORTIF CONTRIBUENT À DYNAMISER LES INITIATIVES ENVIRONNEMENTALES DES CLUBS PROFESSIONNELS

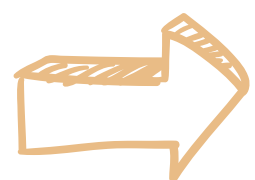
● Les politiques de **labélisation** sont complémentaires aux conventions d'objectifs de l'agglomération, en ce que les labels sont incitatifs pour les clubs professionnels à toujours développer de nouvelles actions. Plusieurs labels attribués aux clubs :

- 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



A) La prise en compte des priorités environnementales (3/3)



DES INITIATIVES POSITIVES, MALGRÉ DES LIMITES INTRINSÈQUES ET EXTRINSÈQUES QUI DEMEURENT.

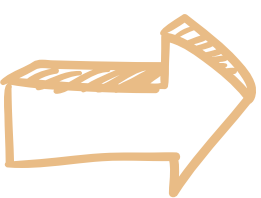
Les limites intrinsèques

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

Les limites extrinsèques

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

B) La sensibilisation des spectateurs aux enjeux environnementaux (1/2)



MALGRÉ DES EFFORTS PORTÉS PAR L'AGGLOMÉRATION EN MATIÈRE DE MOBILITÉ DOUCE OU PARTAGÉE, LE RECOURS AUX MOYENS DE DÉPLACEMENTS ALTERNATIFS PAR LES SPECTATEURS RESTE MARGINAL.

● Des regrets exprimés

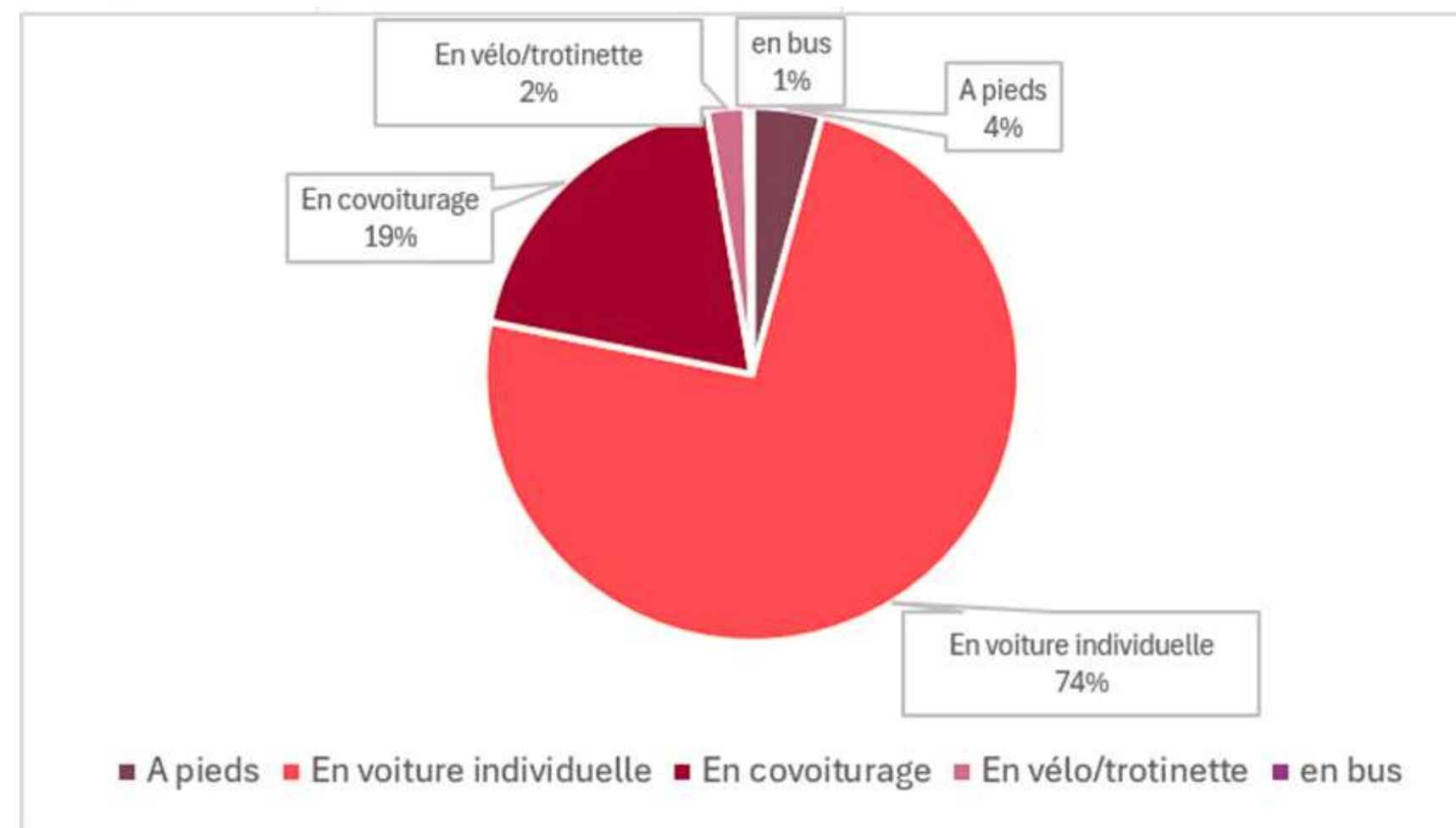
➔ *“Je regrette que les infrastructures et les dispositifs de moyens de transport alternatifs soient peu utilisés par les spectateurs.”*

● Un constat que nous avons mesuré

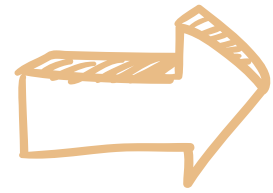
- L'utilisation de la voiture individuelle est très fortement majoritaire (**74%**)
- Le covoiturage reste assez minoritaire (**19%**)

Quel(s) mode(s) de transport avez-vous utilisé(s) pour venir sur place, depuis votre domicile ?

Réponses effectives : 266



B) La sensibilisation des spectateurs aux enjeux environnementaux (2/2)



QUELQUES LIMITES A LA PROMOTION DES MOYENS DE MOBILITÉ DOUCE DANS LES CONDITIONS DE PARTENARIAT ENTRE L'AGGLOMÉRATION ET LES CLUBS

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)

3- AXE ECONOMIQUE



LES CHAMPS D'ANALYSE RETENUS POUR L'AXE ÉCONOMIQUE

Enjeu A

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

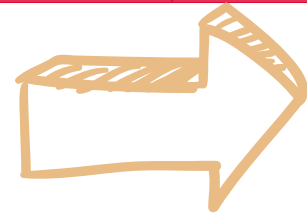
Enjeu B

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

Enjeu C

Les retombées
économiques des
événements sportifs

A) La place de l'agglomération dans le modèle économique des clubs (1/3)



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.

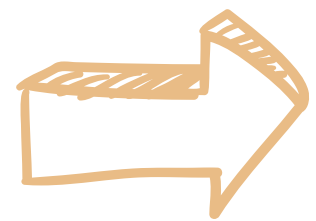
Le financement privé est la part la plus importante du modèle économique des clubs. Il passe par différents canaux que constituent principalement :

- **le sponsoring privé de 22% à 52%**
- **le mécénat**
- **les recettes de matches**
- **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**

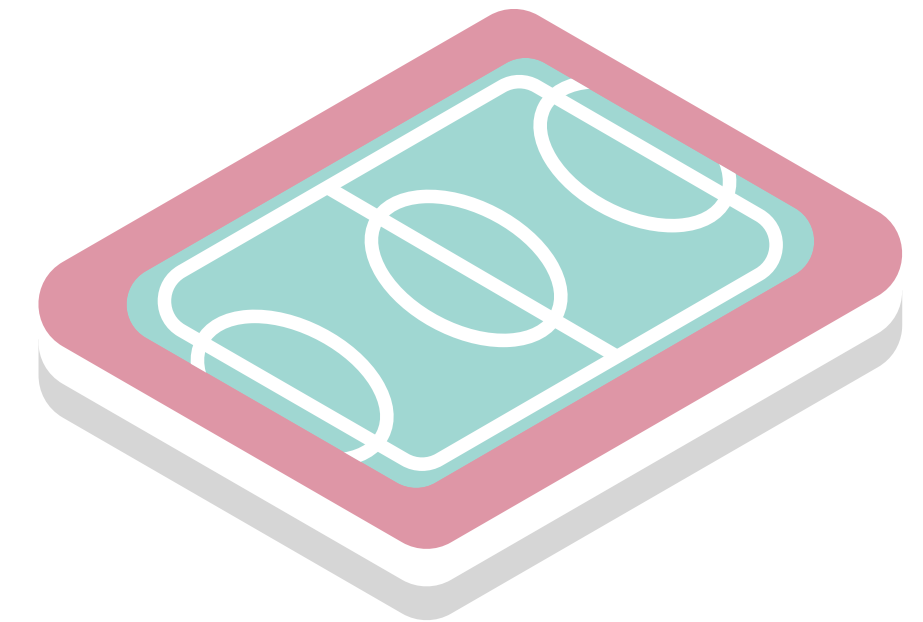


A) La place de l'agglomération dans le modèle économique des clubs (2/3)

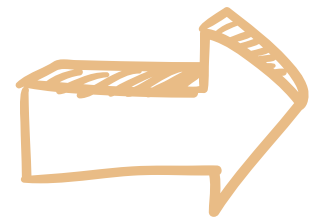


AU DELÀ DES FINANCEMENTS DIRECTS, LA MISE À DISPOSITION DES INFRASTRUCTURES SPORTIVES S'AVÈRE ÊTRE DÉTERMINANTE POUR LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DES CLUBS

- 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**.



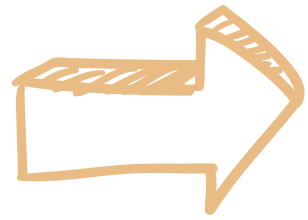
A) La place de l'agglomération dans le modèle économique des clubs (3/3)



MALGRÉ DES SOURCES DE FINANCEMENT DIVERSIFIÉS, L'ALÉAS 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

B) L'apport du sport de haut niveau pour le tissu économique local (1/2)



DES INFRASTRUCTURES QUI PEUVENT ÊTRE UTILISÉES PAR LES CLUBS RÉSIDENTS MAIS AUSSI PAR D'AUTRES ACTEURS DU TERRITOIRE

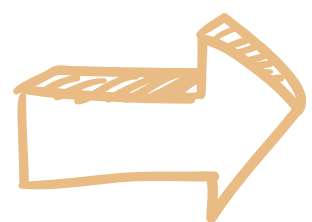
- L'Ekinox sert déjà bien au delà du Basket : **spectacles, concerts et salons.**
- Le stade Verchère possède également un **potentiel au delà du sport.**



Projet: Badabourk



B) L'apport du sport de haut niveau au tissu économique local (2/2)



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*

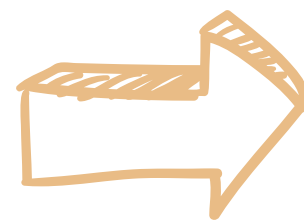
- Le Club BB+ de la JL constitue un **véritable lieu de rencontre et incubateur de projets locaux**



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



C) Les retombées économiques des événements sportifs professionnels (1/3)



DES ÉVÈNEMENTS SPORTIFS QUI DRAINENT UN NOMBRE IMPORTANT DE SPECTATEURS PRINCIPALEMENT ISSUS DE L'AGGLOMÉRATION

10%

La part de spectateurs ne résidant pas l'agglomération

85%

La part de spectateurs ne résidant pas l'agglomération venus spécialement pour le match

3 900

Le nombre de **spectateurs total** moyen accueilli lors des matchs

335

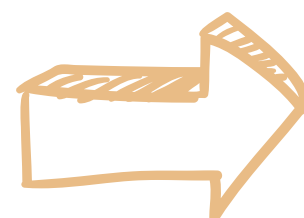
Le nombre moyen de **spectateurs ne résidant pas** l'agglomération

285

Le nombre de spectateurs **non résidents** qui sont venus spécialement pour un match

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

C) Les retombées économiques des événements sportifs professionnels (2/3)



DES PRESTATIONS ASSOCIÉES À L'ORGANISATION DES ÉVÈNEMENTS 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.

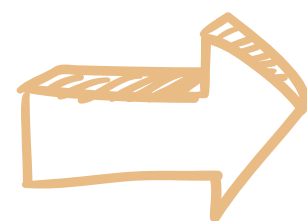


Autres dépenses

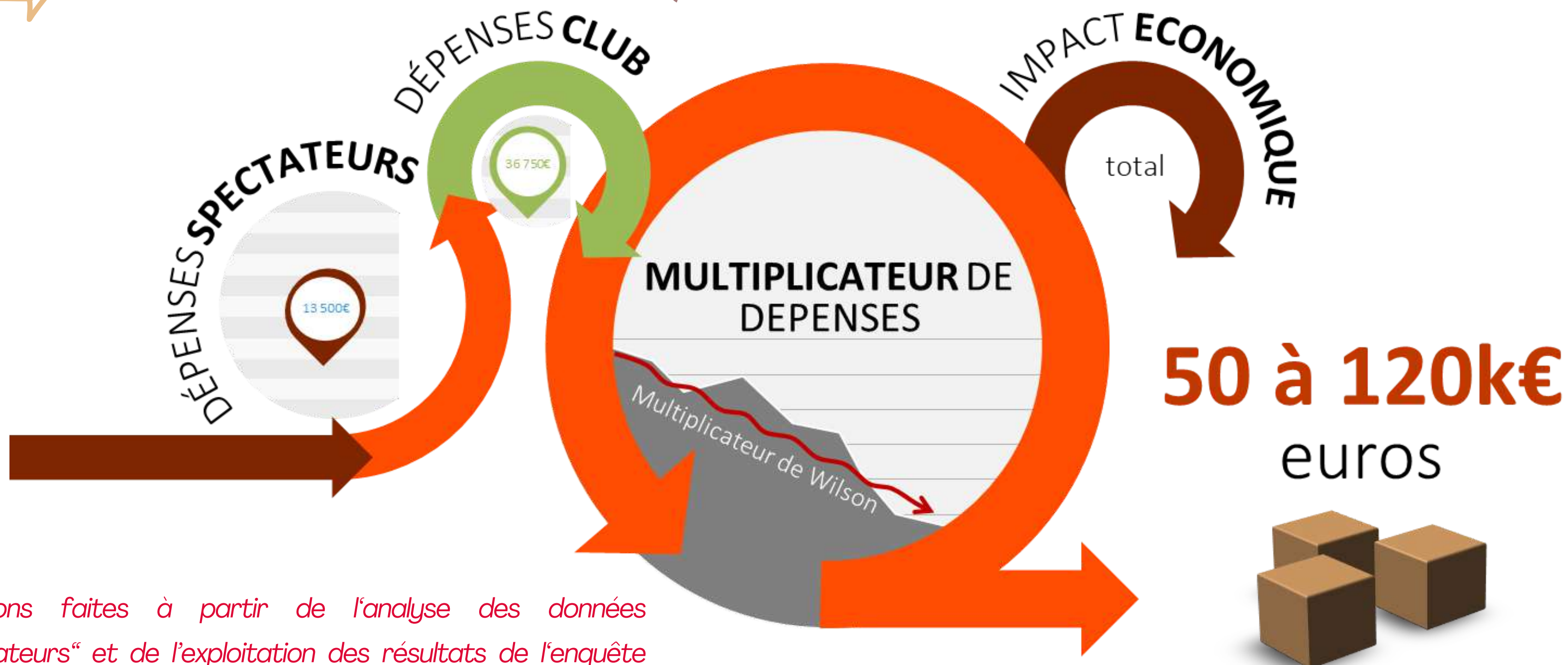
Les autres dépenses constituent des **fuites hors territoire** (ex: prise en charge des frais de déplacement des délégations de club adverses).

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

C) Les retombées économiques des événements sportifs professionnels (3/3)



FINALEMENT, DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES NETTES POUR L'AGGLOMÉRATION LORS DE CHAQUE RENCONTRE SPORTIVE



Estimations faites à partir de l'analyse des données "organismes" et de l'exploitation des résultats de l'enquête

PARTIE 3 - 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 territoriale** 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

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 sur les thématiques sociales et environnementales.**
- **Encourager les bonnes initiatives 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.



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 sociales des clubs professionnels pour toucher efficacement chacune des cibles.
- **Mutualiser** les bonnes pratiques et la coordination entre les clubs.