

## UNE FILIÈRE SPORT DIVERSIFIÉE ET DYNAMIQUE

À retrouver sur [groupeBPCE.com](https://groupeBPCE.com)



Depuis plus de quatre ans, BPCE L'Observatoire analyse l'économie du sport dans une logique de filière afin de s'émanciper d'une vision médiatique privilégiant le sport spectacle et d'une approche statistique qui exclut souvent sa composante servicielle. À quelques jours des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, BPCE L'Observatoire propose une mise à jour de ses travaux sur les acteurs privés, associatifs et publics de la filière sport. Quel est le poids du sport dans le PIB en 2022 ? Quelles sont les évolutions notables du tissu des entreprises du sport et de la contribution non marchande à la filière sport ?

### La filière sport en France : 2,6 % du PIB

La filière sport constitue un écosystème très diversifié puisqu'il réunit à la fois le secteur public, des petites communes au ministère des Sports, le secteur associatif avec ses 15 millions de licenciés, les 144 000 entreprises du sport, du coach indépendant aux ETI internationales, et surtout 74 % des Français qui déclarent « faire du sport » (occasionnellement ou régulièrement) <sup>1</sup>.

À partir des travaux menés sur tous les agents économiques de la filière, BPCE L'Observatoire évalue le poids du sport dans le PIB à 2,6 % en 2022, soit 68 milliards d'euros. La part non-marchande y est très supérieure à la moyenne des secteurs et atteint presque 40 % du total. Elle se manifeste principalement par l'investissement des collectivités publiques dans les équipements sportifs et par l'intermédiation de services sportifs (enseignement, accès aux équipements...) par les associations, les collectivités territoriales et l'État. La composante marchande est toutefois majoritaire grâce à la consommation directe des ménages et à l'investissement des entreprises, associant les dépenses en capital des entreprises du sport (6 milliards d'euros) et le sponsoring sportif (1,5 milliard d'euros) considéré ici comme un investissement immatériel.

### La consommation des ménages est le premier contributeur au PIB du sport

<b>Consommation effective des ménages</b>	<b>54,9</b>
Consommation directe des ménages	35,2
Consommation indirecte via les associations	7,4
Consommation indirecte via les collectivités territoriales	5,2
Consommation indirecte via les administrations centrales*	7,2
<b>Investissement (FBCF)</b>	<b>14,1</b>
dont entreprises (ENF)	7,5
dont associations	0,5
dont collectivités territoriales	5,8
dont administrations centrales	0,3
<b>Balance commerciale</b>	<b>-1,0</b>
<b>PIB du sport</b>	<b>68,1</b>
PIB total	2 639
<b>Poids du sport dans le PIB</b>	<b>2,6 %</b>

### Estimation du PIB de la filière sport en 2022 : la contribution des agents économiques (en Md€)

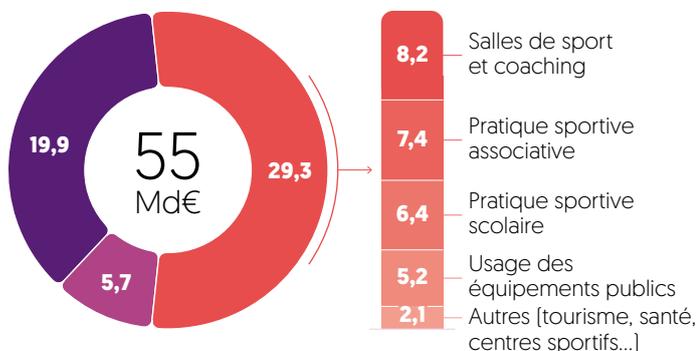
\* Les administrations publiques centrales regroupent notamment l'Etat et le ministère des Sports.

Calculs : BPCE L'Observatoire.

<sup>1</sup> Source : enquête Obsoco.



## Une consommation sportive des ménages très diversifiée



### Consommation des ménages (en Md€)



Calculs : BPCE L'Observatoire.

La consommation finale en biens et services sportifs des ménages représente 55 milliards des 68 milliards d'euros du PIB du sport, ce qui en fait le pilier du PIB du sport. Ses modalités se répartissent en trois grandes catégories :

- une dépense de près de 20 milliards d'euros dans l'achat et la location d'articles de sport ;
- une consommation de 5,7 milliards d'euros de services associés au sport spectacle (média, accès à des manifestations, jeux et paris...);
- la pratique physique et sportive des ménages induit une dépense de 29,3 milliards d'euros soit dans le cadre marchand pour environ 10 milliards d'euros (abonnement à une salle de sport, coaching sportif, tourisme,...), soit dans un cadre non-marchand à travers la pratique associative, l'éducation physique et sportive scolaire et enfin l'usage des équipements sportifs publics.

Bien que cette mesure du PIB de la filière sport soit importante, comparable à celle de l'hôtellerie-restauration, elle ne permet pas de rendre compte totalement de la place du sport dans la société. Par construction, elle en néglige les externalités positives, sur la santé notamment. De plus, le secteur non-marchand, omniprésent dans la filière, n'est valorisé qu'aux coûts de production, et non au prix de marché et ne valorise pas le large bénévolat dont il bénéficie. Autant de limites traditionnelles à la mesure du PIB qui sont d'autant plus restrictives s'agissant du sport.

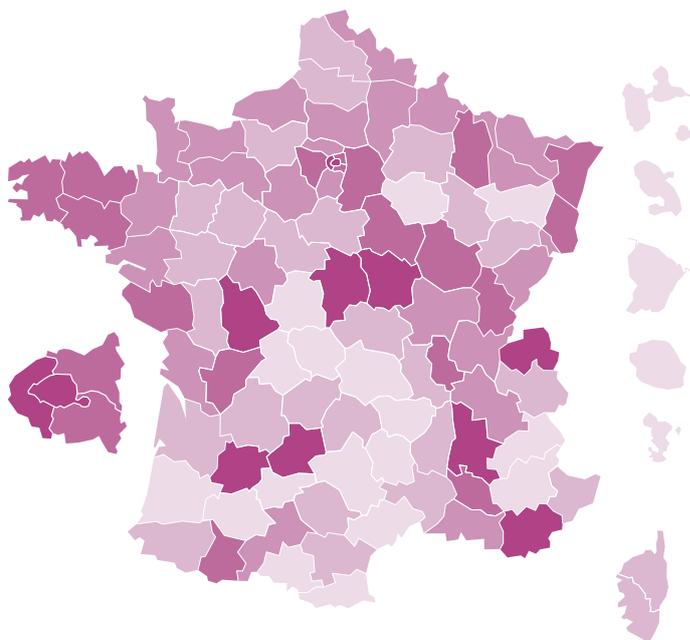
## Les collectivités territoriales, premier financeur public du sport

Les collectivités territoriales sont le premier financeur public du sport en France. Leur contribution est estimée par BPCE L'Observatoire à 14 milliards d'euros en 2022, soit près du double du budget de l'État dans le sport, y compris l'Education nationale. Malgré la crise sanitaire et la pression sur les finances locales, les dépenses sportives des collectivités territoriales ont nettement progressé.

Avec 12,3 milliards d'euros, la plus grande partie de cette contribution est portée par le bloc communal qui regroupe les communes (8,7 milliards d'euros) et l'intercommunalité (3,6 milliards d'euros). Le rôle des départements et des régions est plus limité à l'échelle nationale, même s'il est important dans certains territoires (Mayenne, Nièvre, Seine-Saint-Denis, Corse et Outre-Mer) :

- les communes ont un rôle prépondérant dans l'animation de la politique locale du sport à travers d'une part la construction, la gestion et la mise à disposition des équipements sportifs, et d'autre part le soutien aux associations sportives (subventions,

## Le vieillissement des équipements sportifs est très variable sur le territoire



### Part des équipements anciens non renouvelés, rapportés au parc actuel (en %)



Source : base équipements du ministère des Sports ; calculs : BPCE L'Observatoire.



mise à disposition de moyens, organisation de manifestations sportives, relations avec le monde scolaire,...).

Deuxième poste de dépense des communes après l'éducation, le sport est considéré comme une priorité politique par les élus ;

- l'intercommunalité est un relais de l'efficacité territoriale puisqu'elle permet de mutualiser l'effort d'investissement sur des équipements plus conséquents mais qui restent accessibles géographiquement. Dans un environnement budgétaire contraint, le rôle de l'intercommunalité s'est renforcé ces dernières années ;
- les départements et les régions répondent aux enjeux extra-communaux : financement des équipements sportifs scolaires du second degré, subventionnement de grands équipements sportifs et soutien au sport de plus haut niveau (clubs régionaux et professionnels, aide et formation des athlètes de haut niveau...).

Les collectivités locales détiennent plus de 80 % des 332 000 équipements sportifs recensés en France et ont investi environ 5,8 milliards d'euros en 2022. Toutefois, malgré cet effort récurrent, 22 % des équipements ont été construits avant 1985 et n'ont jamais été rénovés. Certains territoires, comme l'Île-de-France, la Bretagne, l'Alsace et Rhône-Alpes, ont un parc d'équipements anciens non rénovés important qui pourrait conduire les élus à privilégier une politique de rénovation du parc existant et à limiter la construction de nouveaux équipements. Cette situation est plus fréquente dans les grandes villes, où l'essor du sport a été plus précoce et qui doivent composer aujourd'hui avec une raréfaction du foncier. Le défi de la rénovation est aussi énergétique puisque près de deux équipements « indoor » sur trois sont chauffés au fioul ou au gaz avec un enjeu non seulement climatique mais aussi de coût de fonctionnement futur, donc de préservation d'un service public du sport de qualité.

## Les entreprises du sport : un tissu productif puissant

La filière sport compte plus de 144 000 entreprises, soit une progression de près de 30 % en 4 ans, et génère un chiffre d'affaires (CA) de 73 milliards d'euros. Cette dynamique démographique ne se dément pas depuis plus de 10 ans et n'a pas été remise en cause par la crise covid. Elle est portée par les entreprises sans salarié, souvent des coaches sportifs indépendants, tandis que le poids économique de la filière se concentre parmi les entités de taille plus importante.

Le premier pilier est donc démographique avec près de 120 000 entreprises du sport sans salarié qui cumulent un chiffre d'affaires de 9,5 milliards d'euros. Cette catégorie regroupe des réalités très diverses. D'un côté, environ 50 000 sociétés et entrepreneurs individuels ont un CA moyen susceptible de leur permettre de vivre de leur activité. De l'autre, environ 70 000 autoentrepreneurs du sport génèrent à peine plus de 400 millions d'euros de CA. Si, pour un tiers d'entre eux,

cette activité constitue leur principale source de revenu, le deuxième tiers a une activité de salarié en parallèle, tandis que le tiers restant ne déclare aucune activité. Le second pilier est économique, il est constitué par les entreprises employeuses qui concentrent

donc l'essentiel du chiffre d'affaires :

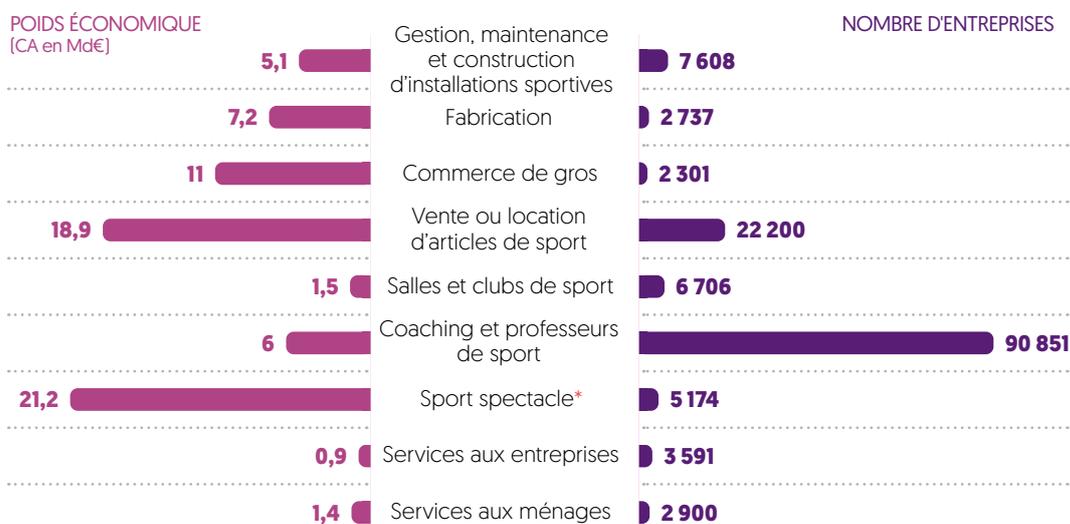
- 21 500 entreprises du sport sont des TPE (1 à 9 salariés) et représentent 8,6 milliards d'euros de CA ;
- 3 250 entreprises sont des PME-ETI et grandes entreprises du sport (10 salariés et plus) et

concentrent 41 milliards d'euros de CA (hors paris sportifs)<sup>2</sup>.

(Suite page suivante)

<sup>2</sup> 12 entreprises sont spécialisées dans les paris sportifs et représentent environ 14 milliards d'euros de mises.

### La filière sport repose sur deux piliers : démographique et économique



#### Disparités entre le poids économique et le poids démographique

\* Le CA du sport spectacle inclut 14 milliards d'euros de paris sportifs.

BPCE L'Observatoire a choisi d'appréhender la filière sport comme l'ensemble des entreprises principalement dédiées au sport, quel que soit leur secteur de rattachement (l'industrie, le commerce, les services...), et en propose une classification en neuf sous-secteurs. Le centre de gravité démographique de la filière se situe dans l'enseignement et le coaching sportif, fort d'un maillage de près de 91 000 entreprises (soit

## 3 250

**PME-ETI génèrent 41 Md€ de CA**

61 % du nombre total), mais il génère un chiffre d'affaires global limité (6 milliards d'euros, soit moins de 10 % de la filière). À l'opposé, les 5 200 entreprises du sport spectacle, qui regroupe les acteurs du sport professionnel, des médias,

des jeux et de l'événementiel sportif, sont essentiellement des PME-ETI qui concentrent jusqu'à 30 % du poids économique de la filière sport (en incluant les paris sportifs). La situation du commerce de détail est plus équilibrée : son poids économique important (près de 30 %) s'appuie sur un maillage de plus de 20 000 points de ventes (soit 15 % des entreprises).

De manière générale, les secteurs de la fabrication, du

sport spectacle, du commerce de gros et, dans une moindre mesure, du commerce de détail, connaissent une forte concentration pour répondre aux enjeux de compétitivité, de communication et d'implantation commerciale. À l'inverse, les secteurs liés directement à la pratique (salles de sport, coaching...) sont contraints par la proximité avec le client final, d'où la prédominance d'entreprises sans salarié, voire de TPE.

## Focus sur les entreprises de taille intermédiaire (ETI\*) du sport

136 entreprises du sport sont des ETI et génèrent 20,6 milliards d'euros de CA, soit 34 % de l'économie du sport (hors paris sportifs). Ces ETI concentrent donc une part importante du poids économique du tissu productif du sport, en termes de CA et d'emploi, mais probablement aussi en termes d'investissement et de capacité à l'export de la filière.

### Une prédominance des activités de commerce, du sport spectacle et de la fabrication



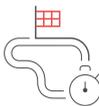
#### #1 COMMERCE

60 ETI / Près de la moitié du chiffre d'affaires des ETI de la filière / Grandes enseignes de la distribution spécialisée et le commerce de gros.



#### #3 INDUSTRIE DE FABRICATION

28 ETI / 4,4 milliards d'euros de CA, notamment les industriels de la voile, du ski, du cycle et de la piscine d'une taille moyenne plutôt inférieure au commerce et au sport spectacle.



#### #2 SPORT SPECTACLE

24 ETI / 4 milliards d'euros de CA / Des structures très diverses : des clubs professionnels, une écurie de Formule 1, les grandes enseignes spécialisées des médias, de l'événementiel et du e-sport.



#### #4 GESTION, MAINTENANCE ET CONSTRUCTION D'INFRASTRUCTURES SPORTIVES

17 ETI / 1 milliard d'euros de CA, souvent spécialisées dans les stations de ski et les remontées mécaniques.

### Des ETI du sport avec une forte ouverture à l'étranger et un ancrage territorial important

Plus de la moitié des ETI du sport sont détenues par un actionnaire étranger. C'est plus que la moyenne, preuve de leur dimension internationale et de l'attractivité des ETI françaises du sport.

Un fort ancrage territorial puisque les deux tiers d'entre elles sont implantées en dehors de l'Île-de-France (contre 55 % en moyenne tous secteurs). Le Nord Pas-de-Calais et l'Alsace accueillent essentiellement des ETI dans le commerce et les départements rhônalpins captent de leur côté 16 % des ETI du sport surtout dans la fabrication et la gestion et maintenance d'installations sportives.

\* Une ETI est une entreprise qui emploie entre 250 et 4 999 salariés ou qui génère un CA de 50 millions d'euros à 1,5 milliard d'euros.

Retrouvez l'intégralité de l'étude sur [groupeBPCE.com/etudes économiques](https://groupebpce.com/etudes-economiques)

