

Pour un Grand Paris du Sport

*SYNTHESE ET APPEL A CONTRIBUTIONS POUR LE GROUPE DE TRAVAIL « SPORT
PROFESSIONNEL ET ATTRACTIVITE DU GRAND PARIS »*

Les clubs professionnels et l'attractivité du Grand Paris

Dans le cadre de la démarche « Grand Paris du Sport », cette note consiste en une première synthèse de la thématique en question, issue d'entretiens et d'un travail de recherche documentaire et statistique. Les dernières pages présentent des questionnements et/ou pistes de propositions que nous souhaitons aujourd'hui partager avec les membres du groupe de travail. Nous vous remercions par avance grandement de vos retours : contributions, compléments, critiques et propositions.

Ceux-ci peuvent être adressés directement à Edouard Dequeker (edouard.dequeker@essec.edu / 06 11 23 85 71), sous forme d'un document, d'un mail ou encore d'un échange à l'oral.

Les clubs professionnels sont des ambassadeurs uniques de leur ville et de leur territoire. Ils participent à la construction de l'image de ce dernier, puis la portent au monde. Complémentairement, les stratégies de développement des clubs d'Île-de-France peuvent s'appuyer sur l'image de marque déjà établie dont dispose Paris. Ainsi, la grande diversité des clubs professionnels de la région devrait pouvoir prendre sa place dans ce cercle vertueux de développement, qui favorise l'attractivité du Grand Paris. Pourtant, les comparaisons entre métropoles nous invitent à nuancer ce propos : les clubs franciliens (à l'exception du Paris Saint-Germain dont la réussite sportive a été notamment conditionnée par un investissement massif étranger) tendent à sous-performer sportivement et économiquement par rapport au potentiel qu'offre leur région. Comment les clubs professionnels servent-ils l'attractivité du Grand Paris ? Comment expliquer la relative sous-performance de certains clubs franciliens ?

Après avoir dressé le tableau de l'écosystème des clubs professionnels du Grand Paris, nous tenterons d'identifier les freins à leur développement, avant de proposer des pistes de réflexion pour le groupe de travail.

.....

I – État des lieux des clubs professionnels de la région parisienne : des acteurs clés de l’attractivité du Grand Paris

1) Football : le PSG seul devant, le Red Star et le Paris Football Club sur la touche

• Paris Saint-Germain

L’économie mondiale du football a connu une croissance particulièrement impressionnante depuis plusieurs décennies. Il convient d’analyser les causes de cette évolution rapide et de comprendre comment le Paris Saint-Germain (PSG) a réussi à s’insérer dans cette dynamique, afin de mesurer tout le potentiel d’attractivité que ce club représente pour le Grand Paris. Le Paris Football Club et le Red Star ne disposent pas encore de la force de frappe sportive et financière nécessaire pour participer à la construction de l’image internationale du Grand Paris au même titre que le PSG.

L’évolution des cadres juridiques (qui a notamment introduit la possibilité pour des clubs d’être cotés en bourse) a permis aux clubs de développer leur activité afin de capter la demande croissante sur le marché du football. Dès lors, le fonctionnement associatif (voire familial pour certains clubs régionaux) laisse place à un mode de gestion de plus en proche de celui des sociétés anonymes.

Le PSG a su profiter de ces évolutions pour croître extrêmement rapidement depuis les 10 dernières années. Le tournant le plus significatif pour le club est son rachat en 2011 par *Qatar Sports Investments*. Le club est dorénavant présidé par Nasser Al-Khelaïfi. Avec une valeur estimée aujourd’hui à 1,09 milliard d’euros et une progression de l’ordre de 992% au niveau budgétaire depuis 2010, le PSG constitue un vrai modèle. Cette progression est la plus importante pour un club de football. Tous sports confondus, seule la franchise de NBA Golden State Warriors a connu une ascension plus significative (+ 1011%). Cette comparaison illustre également la nouvelle donne de l’économie mondiale du sport : les concurrents du PSG ne sont plus seulement des clubs de football, mais des franchises sportives internationales. Victoriano Melero (secrétaire général du Paris Saint-Germain) nous a confirmé cette stratégie : le PSG veut s’imposer parmi les plus grandes franchises mondiales, et ses nouveaux concurrents sont aussi bien le Real Madrid que Ferrari ou les New York Knicks.

L’idée que les clubs professionnels sont des ambassadeurs de leur territoire a été développée grâce aux divers entretiens que nous avons pu réaliser dans le cadre de la préparation de cette étude avec Bruno Belgodère (délégué général adjoint du syndicat Première Ligue), Victoriano Melero (secrétaire général du Paris Saint-Germain) et Michel Mimran (Directeur Général de la Ligue Nationale de Basketball, ancien Directeur Marketing du PSG).

Ainsi, le PSG influence fortement les habitudes touristiques. Le parcours client d’un touriste dans cette ville passe par le PSG (acheter un maillot à la boutique des Champs Elysées, visiter le Parc des Princes, etc.) en tant que club d’envergure internationale. Ce

n'était pas dans les mœurs en France il y a 10 ans, et cela s'est développé aussi bien sur les parisiens que sur les touristes internationaux. Cette ambition pour le club de devenir l'ambassadeur de la région parisienne est clairement affichée par le président directeur général Nasser El-Khelaïfi dans le rapport annuel du PSG de la saison 2018/2019 : « Plus que jamais, sur les terrains et en-dehors, le Paris Saint-Germain poursuit son ambitieux chemin. Celui d'un ambassadeur rassembleur. ». Ces propos sont illustrés par la multiplication des fan-clubs du PSG à l'étranger : en 2020 le club totalise 101 fan-clubs organisés à l'étranger.

En effet, si l'absence d'un club rival d'envergure égale dans la capitale peut nuire à la compétitivité sportive, elle permet en revanche au PSG de tirer parti exclusivement de l'image de marque déjà constituée de la ville lumière. Ainsi, l'internationalisation du PSG ne s'est pas réalisée hors-sol, elle s'est appuyée sur un capital image déjà massivement reconnu dans le monde entier. Voir des logos « Ici c'est Paris » sur tous les continents est significatif à cet égard.

Les modèles économétriques développés au sein de la Chaire d'Economie urbaine de l'ESSEC ont permis d'identifier plusieurs leviers de dynamique des villes. Le taux d'encadrement (c'est-à-dire la part d'emplois de cadres sur la population d'active) d'un territoire est l'un des déterminants fondamentaux de sa croissance. Mais au-delà de ces emplois tertiaires à forte qualification les aménités urbaines constituent également un levier important. Cette dimension peut être qualifiée de « salaire urbain », que l'on peut comprendre non pas comme une donnée numéraire mais comme le bien-être qu'un individu tire de son territoire. Ainsi, l'offre sportive de qualité et le potentiel de divertissement et de prestations haut de gamme qu'offre le Paris Saint-Germain peuvent être des leviers importants de ce salaire urbain. Plus généralement, la grande diversité des sports proposés aux jeunes franciliens – du développement de la pratique à l'excellence – peut constituer un atout considérable dans la décision d'implantation de cadres sur le territoire.

Les grands clubs professionnels de football (représentés presque exclusivement par le Paris Saint-Germain) contribuent ainsi à l'attraction de richesses et d'investissements dans le Grand Paris.

- Red Star Football Club

L'ancrage territorial de ce club de football est très marqué. Fondé en 1897 (c'est le 2^{ème} club français le plus ancien), son histoire riche et complexe fait du Red Star l'ambassadeur du football populaire de la banlieue nord de Paris et de Saint-Ouen. Le club est caractérisé par sa forte implication dans le développement de son territoire au travers de programmes éducatifs et culturels. Vainqueur de la Coupe de France à 4 reprises entre 1910 et 1932, il s'impose comme le principal club de Paris. Pourtant, le club ne saura pas suffisamment s'adapter à l'instauration du professionnalisme à partir de 1933. Il connaît sa pire période à la suite d'un dépôt de bilan en 1978, et ne retrouve le statut professionnel qu'en 1992. Son récent contrat de sponsoring avec le média Vice contribue à l'image urbaine, jeune et politiquement marquée à gauche du Red Star. Du fait de son histoire et de ses stratégies de développement, le Red Star semble avoir le potentiel nécessaire pour pouvoir à long terme se hisser comme

« l'anti-PSG ». Cependant, en oscillant entre la division Nationale et la Ligue 2, et sans recettes commerciales suffisantes, ce club ne peut pas encore prétendre à ce rôle à court terme.

Le Red Star, notamment à travers le Red Star Lab et sa fondation, est très impliqué dans le développement endogène de son territoire. Une analyse profonde s'avère fructueuse, cependant cette note de synthèse se concentre sur l'attractivité du territoire.

• Paris Football Club

Le Paris Football Club (PFC), a été créé en 1969 pour s'imposer comme un acteur incontournable du football professionnel francilien. C'est d'ailleurs la Fédération Française de Football qui est à l'initiative de la création du club. Cependant, après avoir connu une histoire mouvementée de fusions, de scissions et de pertes du statut professionnel, le Paris Football Club retrouve la Ligue 2 en 2015. Lors de la saison 2018/2019, le club termine la saison à la 4^e place de la Ligue 2 avec la meilleure défense du championnat, meilleur résultat du club depuis la saison 1982-1983. Plusieurs journalistes imaginent déjà une remontée en Ligue 1 et des derbys prometteurs avec le PSG, d'autant que les dirigeants ont déjà prévu une feuille de route dans l'élite. En effet, avec des partenaires solides comme Vinci et la Banque Publique d'Investissement, et le statut de « club rival » du PSG dans le Grand Paris, le Paris FC a amorcé sa préparation au plus haut niveau.

L'article de So Foot détaille ainsi le possible positionnement du Paris FC qui lui permettrait de devenir un concurrent sérieux du PSG, et non une copie à plus petite échelle : « Au Paris Saint-Germain les moyens colossaux, les stars et les ambitions européennes, au Paris FC le positionnement « Île-de-France », la formation, et donc l'exploitation d'un vivier énorme de talents que le PSG seul ne parvient pas à absorber. Et la défense de certaines valeurs comme un projet de jeu fort et attractif selon Bodet, « car le PFC ne peut viser une communauté, culturelle, politique ou religieuse comme dans d'autres pays, et doit donc proposer une vraie « expérience » via ses matchs, un peu comme le RB Leipzig, obligé de prôner un jeu offensif et spectaculaire pour être accepté » ».

2) Basketball : la périphérie plus compétitive que le centre

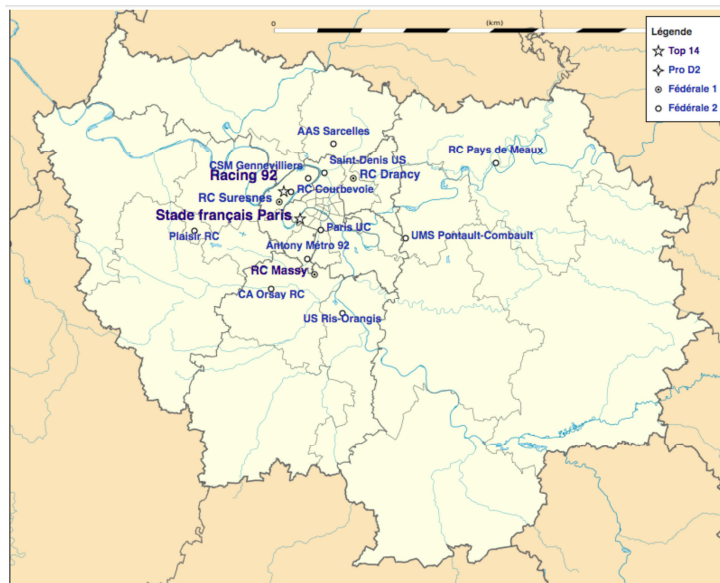
Les clubs franciliens sont relativement neufs et en quête d'identité. Le Paris Basketball, fondé en 2018, est un club qui évolue en seconde division et le seul club situé dans Paris. C'est l'ancien dirigeant de la franchise NBA des Timberwolves du Minnesota David Kahn qui a mené ce projet d'implanter un club professionnel de grande envergure à Paris. David Kahn a acquis les droits sportifs du Hyères Toulon Var Basket, relégué de Pro A et en difficulté financière, et a permis au nouveau club parisien d'intégrer directement la Pro B.

Les clubs franciliens qui évoluent première division sont les Métropolitans 92 (qui évoluent à Levallois) et Nanterre 92, respectivement 4^{ème} et 7^{ème} cette saison.

Il se pourrait que le Paris Basketball occupe une place prépondérante sur la scène européenne du basketball s'il parvient à se hisser en Jeep Élite. Le club veut obtenir son ticket pour l'Euroleague d'ici 2022, année qui signera l'ouverture de l'Arena de la Porte de la Chapelle. Ce stade sera au cœur des JO de 2024 et deviendra la résidence du Paris Basketball. Le club est sur la bonne voie dans sa quête d'identité et de notoriété, comme en témoigne son pari gagnant de janvier 2020 : En offrant au public parisien un show XXL dans une AccorHotels Arena proche des standards américains, le jeune club ambitieux de Pro B a frappé un grand coup. Véritable performance pour un club de Pro B, l'organisation a proposé un spectacle rarement vu en Ligue Nationale de Basket après seulement 18 mois d'existence. D'après l'Américain David Kahn, patron du club, « La NBA en est venue à la même conclusion que moi, à savoir que Paris est désormais l'épicentre du basket en Europe, explique le natif de Portland. Je le pense sincèrement. Et je pense que cela ne peut que se renforcer à l'avenir. La ville, et encore plus avec le développement du Grand Paris, va être perçue par les principaux actionnaires du basket américain comme le cœur du basket sur ce continent. ».

En effet, Paris prend une place grandissante dans l'écosystème du basketball mondial. C'était un événement dans la capitale. Le 17 janvier dernier, la NBA organisait le premier match de saison régulière de son histoire à Paris. Une affiche qui a réuni tout le gratin parisien à l'AccorHotels Arena à commencer par les joueurs du PSG, des acteurs, artistes et autres célébrités désireux de vivre la fameuse expérience d'un match NBA. Traditionnellement organisé à Londres, ce match hors-sol a choisi cette année de snober la capitale anglaise. Jean-François Martins, l'adjoint au sport d'Anne Hidalgo, explique que Paris signerait volontiers pour que cette histoire se renouvelle. « On a envie d'inscrire durablement le basket à Paris, on ne veut pas que ce ne soit qu'un feu de paille. Ce match NBA est annoncé pour 2020 mais on veut le faire rester en 2021, 2022... » Cet événement fut donc une réussite pour la ligue américaine qui a déjà promis de revenir l'année prochaine ravie de l'engouement suscité (en témoigne le prix exorbitant des billets). On se réjouit de ce succès qui démontre que le basketball a une capacité à rameuter les foules en France mais en même temps on regrette que le championnat américain ait plus de succès en France que le championnat français.

3) Rugby : Stade Français et Racing 92 – deux clubs franciliens dans la ligue la plus compétitive du monde



Implantation territoriale des clubs de rugby des 4 premières divisions

Attirant dans ses clubs les meilleurs joueurs des deux hémisphères, monnayant des droits de diffusion TV avantageux, populaire auprès du public, le Top 14 (championnat de Rugby français) est aujourd'hui considéré comme le championnat national de rugby le plus riche au monde. C'est l'équivalent de la Premier League en Angleterre pour le football.

Le rôle des clubs franciliens dans l'attractivité de la région parisienne est déterminant à l'international car le championnat français de rugby est le plus suivi de la planète. Ce rôle semble aussi primordial dans le cadre de mobilités intérieures : certains habitants du Sud-Ouest pouvaient auparavant être réticents à l'idée de se déplacer plus au nord sur les terres du football. Aujourd'hui, le rugby est un sport national et non plus régional et les équipes parisiennes font parties des meilleures du monde : les fans de rugby ne seront donc pas déçus en arrivant à la capitale. Enfin, le rôle le plus important de ces clubs dans l'attractivité de la région parisienne est qu'ils sont les plus gros centres de formation de France et attirent donc en masse des espoirs talentueux qui rêvent de devenir joueurs professionnels dans un futur proche.

Les clubs de rugby sont-ils populaires pour autant en Île-de-France ? Un sondage mené par Advent, pour le journal Le Parisien, établit le classement des clubs les plus populaires de la région parisienne. Tout en haut de la hiérarchie trône le Stade Français avec 32% des voix, juste devant le Racing 92 (28%). Essentiellement plébiscité par les moins de 25 ans, le PSG n'occupe, quant à lui, que la dernière place du podium avec 22% des voix. Cette étude, menée auprès de 1025 personnes âgées de 12 ans et plus, met donc fortement en avant le rugby. À noter également qu'un troisième club, le RC Massy Essonne, se retrouve en huitième position avec 5% des voix. Jérôme Neveu, patron d'Advent, commente cette domination : « Le rugby a un côté plus consensuel que le foot et on considère qu'il y a plus de valeurs ». « Il y a eu un renouveau à la fin des années 1990 grâce à Max Guazzini qui, en s'appuyant sur les performances de son équipe, a réussi à développer le rugby spectacle et ainsi attirer d'autres

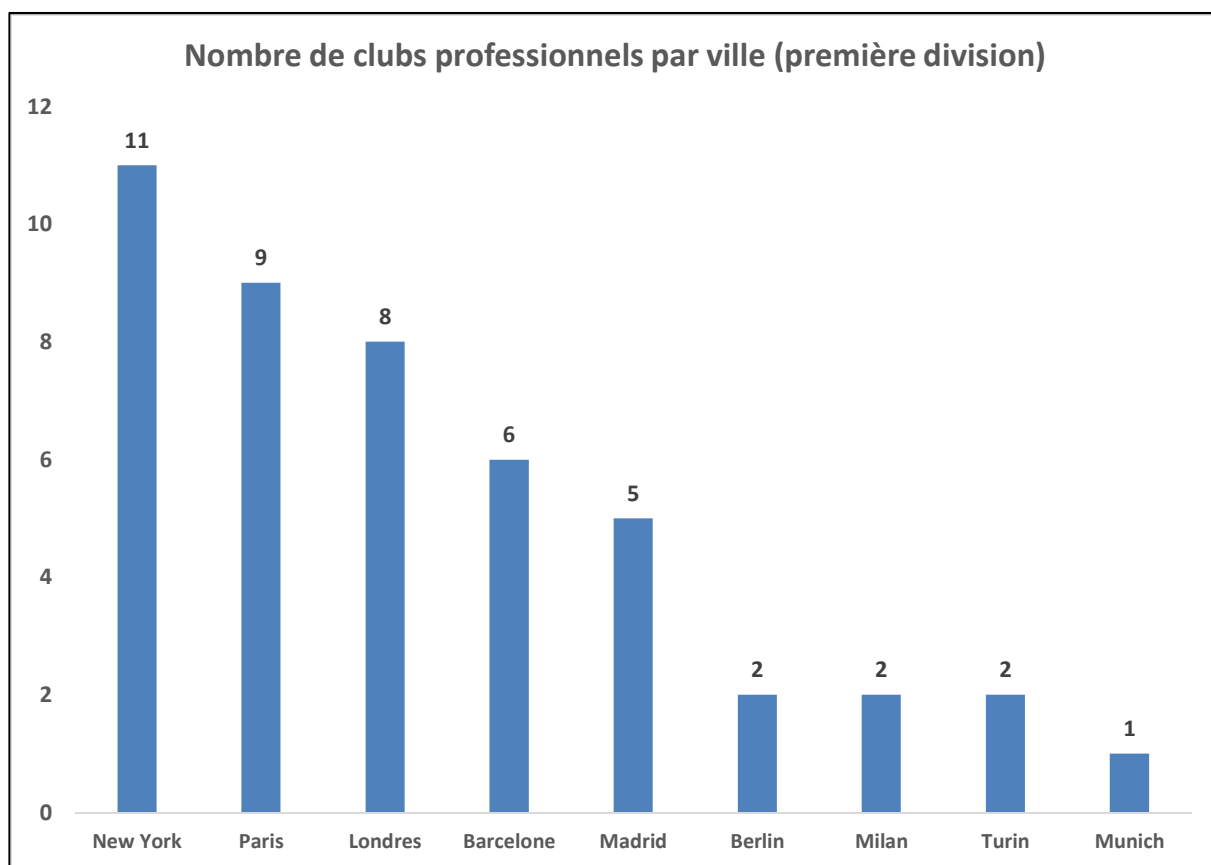


publics, explique Jérôme Neveu. Ces liens qui ont été noués permettent d'ailleurs de résister aux aléas sportifs. »

II – Les freins au développement du sport professionnel en Île-de-France par rapport aux métropoles de comparaison

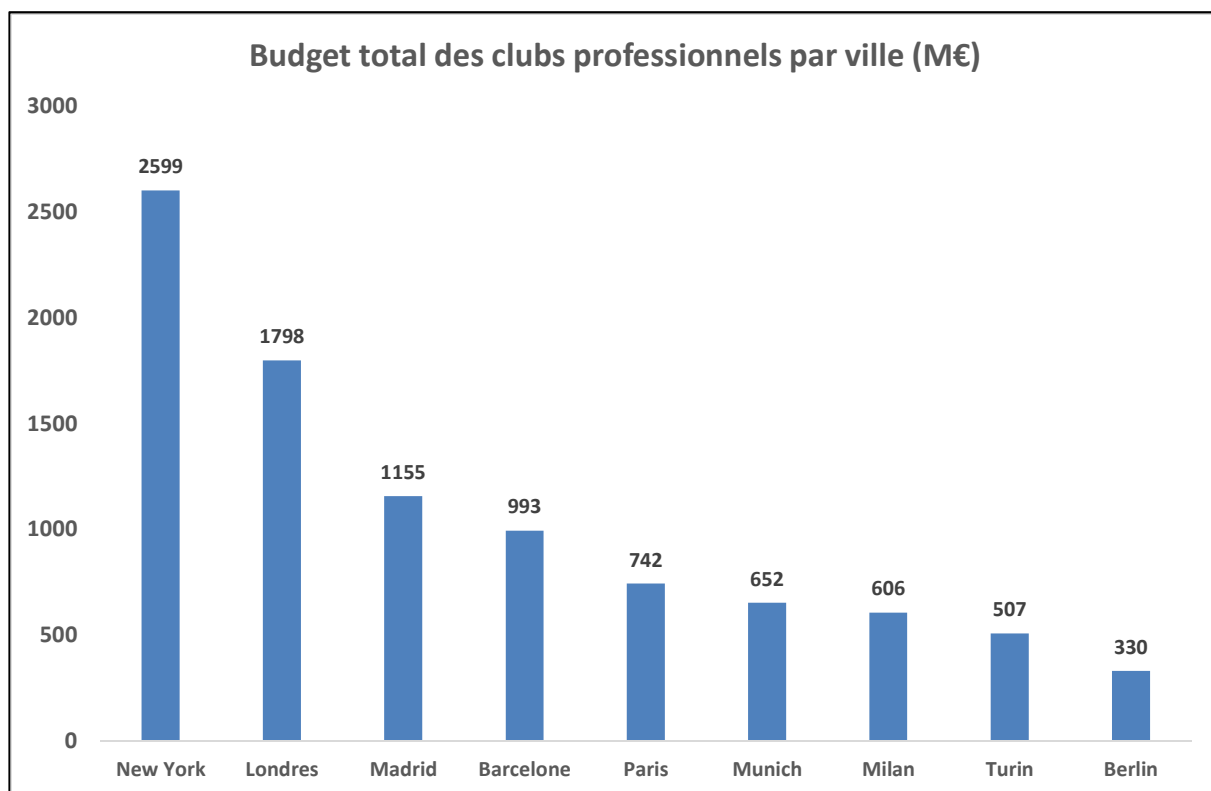
Préambule : l'anomalie de la région parisienne

C'est au travers d'une comparaison internationale avec d'autres métropoles européennes, ainsi que New-York, que l'on peut mieux appréhender le degré de développement des clubs professionnels de la région parisienne. Les données recueillies sont fournies en annexe de cette note. Nous considérons les définitions fonctionnelles des villes (leurs aires métropolitaines), par opposition aux définitions administratives, car ce sont elles qui reflètent leur poids économique et démographique réel. Nous ne considérons ci-dessous que les clubs de première division dans leur sport respectif (football, rugby, basketball, handball, baseball, football américain). A ce titre, la capitale française se distingue par la présence de nombreux clubs professionnels (9, derrière New York à 11) répartis dans différents sports, contrairement à Londres notamment qui compte essentiellement des clubs de football (dans une moindre mesure rugby), mais où les autres sports sont notoirement absents.



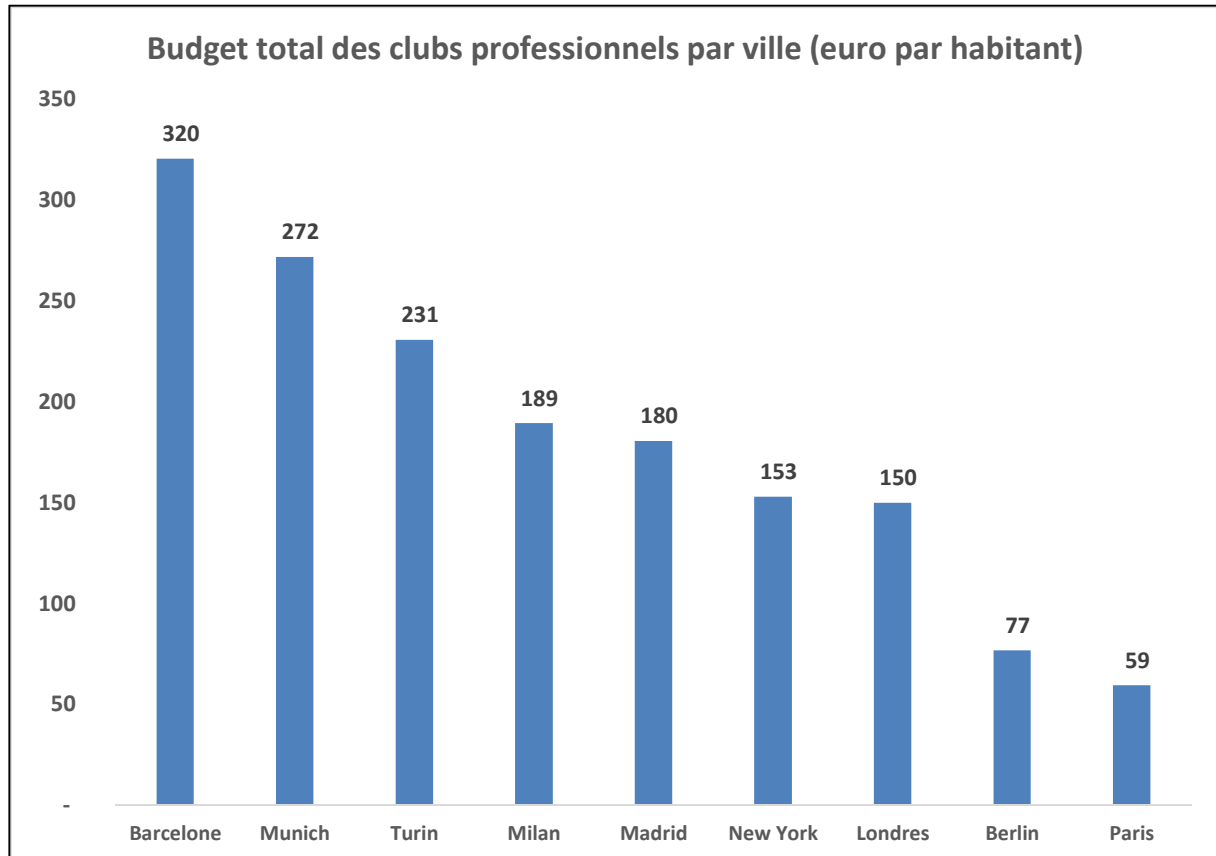
En revanche, lorsque l'on considère ce même classement en termes de budget total des clubs, Paris chute dans le classement, à la 5^e position, loin derrière New-York et Londres –

deux autres villes globales – et derrière Madrid et Barcelone, deux autres métropoles européennes de taille intermédiaire. Bien évidemment le budget d'un club ne permet pas d'embrasser la totalité des dimensions de l'institution : son palmarès, sa notoriété et/ou popularité locale, nationale ou internationale, ou encore son importance plus généralement dans un écosystème métropolitain. Il n'en reste pas moins un indicateur de synthèse d'un différentiel de développement. A ce titre les 742 M€ de budget annuel des clubs professionnels (première division) à Paris sont à encore relativiser dans la mesure où 636 M€ ne relèvent que du seul Paris-Saint-Germain, reflet d'investissements massifs et récents (2010). Le reste (106 M€) est essentiellement porté par les deux clubs de rugby du Stade de Français (40 M€) et le Racing 92 (29 M€), mais également par le club de handball du Paris-Saint-Germain (18 M€). La présence des deux clubs franciliens de rugby est une particularité parisienne, pour un sport ancré dans des zones géographiques spécifiques – plutôt hors des grandes villes – que l'on retrouve dans une moindre mesure à Londres, avec des clubs de moindre importance par rapport aux institutions qui dominent ce sport au Royaume-Uni et qui sont également assez excentrés dans la ville : London Harlequins (24 M€), Saracens (20 M€) et London Irish (10 M€).



Les 1798 M€ de Londres sont expliqués en fait en quasi-totalité (1743 M€) par le budget de cinq clubs de football : Chelsea (506 M€), Arsenal FC (440 M€), Tottenham Hotspur (430 M€), West Ham United (199 M€) et Crystal Palace (168 M€). Tous ces clubs sont de véritables institutions locales, créées à la fin du XIXe et au début du XXe siècle (le PSG par comparaison étant une création récente, 1970). Aucun des clubs londoniens ne peut

seul revendiquer le statut de véritable « club de Londres » : à l'image du modèle historique de croissance urbaine de Londres (une agrégation de villages, façonnés par les forces du marché et non par des politiques d'aménagement pensées de manière descendantes, fonctionnant en autonomie économique et sociale), tous représentent un morceau de Londres, un quartier, ce qui renforce également la dimension de « derby ». Madrid et Barcelone sont représentés par de véritables institutions, en football mais également en basketball. Sur les 1155 M€ à Madrid, 745 M€ vient du seul club de football du Rœal Madrid (qui constitue aussi un club de basketball très important avec 40 M€ de budget) et 368 M€ par l'Atletico Madrid. Les 993 M€ de Barcelone sont dominés par le FC Barcelone (880 M€), son rival l'Espanyol (57 M€) n'affichant pas un degré de développement aussi important que l'Atletico. Notons également la présence d'un club de basketball important, le FC Barcelone Lassa (41 M€). Toutes ces institutions sont également des créations anciennes, de la première moitié du XXe siècle, qui jouent un rôle considérable en matière de marketing territorial pour des villes de moindre taille par rapport à Paris ou à Londres. Milan, Turin, Munich et Berlin, autres métropoles de taille intermédiaire en Europe, ont des budgets inférieurs, qui sont quasi-exclusivement liés à la présence d'un grand club de football (deux dans le cas de Milan). Le cas de New-York est celui d'une ville mondiale de premier plan qui abrite des clubs de premier plan dans différents sports : deux clubs de baseball (Yankees, 599 M€, et Mets, 318 M€), deux clubs de football américain (Giants, 455 M€, et Jets, 416 M€), trois clubs de hockey sur glace (New-York Rangers, 237 M€, New Jersey Devils, 159 M€, et NewYork Islanders, 101 M€), deux clubs de basketball (New York Knicks, 123 M€, et BrooklynNets, 119 M€), et même deux clubs de football (New York City Football Club, 40 M€, et New-York Red Bulls, 32 M€).



C'est en ramenant ces budgets totaux à la population de chaque aire métropolitaine, en ramenant en quelque sorte le poids des clubs au bassin économique et démographique dans lequel ceux-ci s'insèrent que l'anomalie parisienne est la plus criante. New-York et Londres ne sont certes pas en tête du classement en matière de budget total par habitant, en raison de leur poids démographique très importante, et Barcelone s'affiche en tête en matière de développement de clubs professionnels eu égard à sa faible taille. Mais si l'on ramène Paris à ses concurrentes mondiales que sont Londres et New-York, on constate un différentiel de 1 à 3. Si l'on ajoute à cela le prestige et l'image de marque considérable de « Paris », on peut parler de manière générale d'anomalie de la région parisienne en matière de développement de ses clubs professionnels. Une « sous-performance » dont le but de cette note est de rendre compte afin de susciter des contributions, analyses et propositions. Le graphique ci-dessous montre pour New-York et Londres que les capacités totales des stades sont un élément important dans ce développement. A ce titre, la capacité relative « moindre » du Parc des Princes par rapport à d'autres grands clubs européens, ou new-yorkais pour d'autres sports, est sans nul doute un élément limitant. Il n'en demeure pas moins qu'il ne peut s'agir là, comme le montre le graphique ci-dessous, du seul élément d'explication.



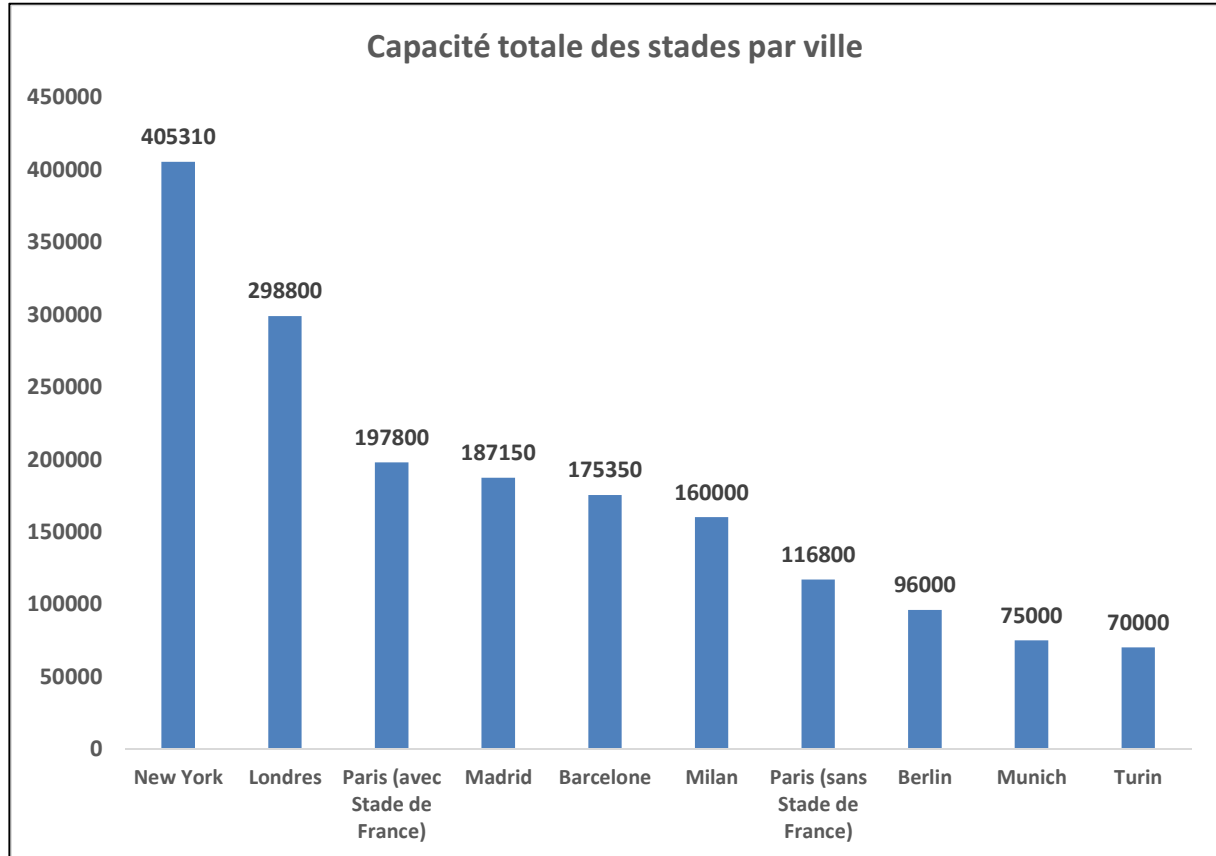
PARIS ILE-DE-FRANCE
CAPITALE ÉCONOMIQUE



Métropole
du Grand Paris



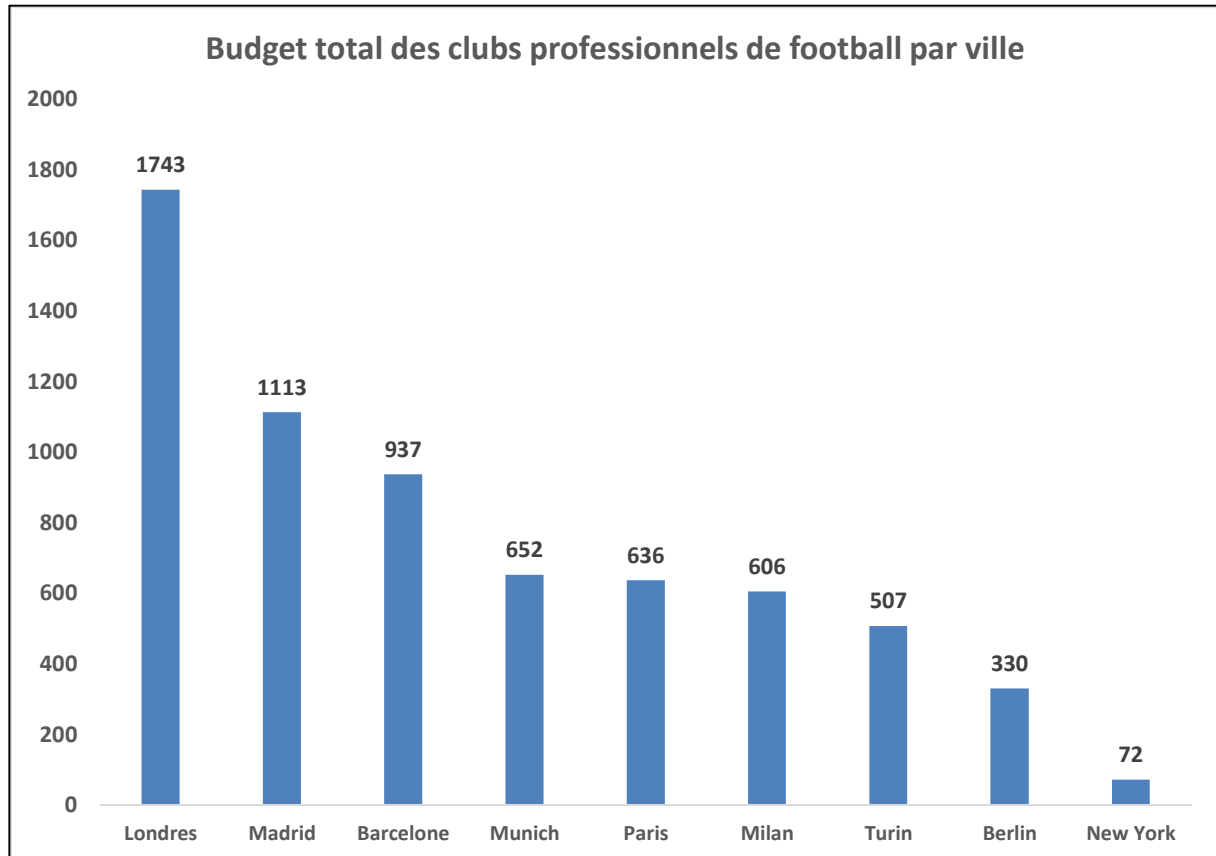
ESSEC
BUSINESS SCHOOL



Nous présentons ci-dessous pour quelques sports des éléments d'analyse. En effet, un autre enseignement général de cette comparaison est la très grande hiérarchie économique entre sports. Le football en Europe apparaît loin devant les autres (avec des budgets comparables aux principaux sports américains), tandis que les autres sports génèrent des recettes plus limitées. Si le rugby a un ancrage certain quoique très particulier à l'échelle mondiale, et que sa présence en Ile-de-France peut constituer un atout, le basketball reste probablement le sport au potentiel de développement le plus important : extrêmement pratiqué partout dans le monde, et avec une culture « street », un « lifestyle » associé qui le rend très compatible avec un territoire comme le Grand Paris. Les autres sports (handball et encore davantage le volleyball) sont beaucoup plus limités en matière de poids économique réel et potentiel.

Nous passons désormais en revue les cas particuliers du football, du basketball et du rugby avant, à la fin de cette note, de suggérer des pistes de proposition pour les groupes de travail.

- 1) Football : le Grand Paris fait figure d'exception en ne disposant que d'un seul club dans l'élite



Lorsque l'on compare Paris aux autres métropoles, on constate que la capitale française fait figure d'exception en ne disposant que d'un seul club professionnel qui évolue dans l'élite. Il apparaît pourtant que la concurrence (voire la rivalité) entre deux clubs voisins est l'un des facteurs explicatifs de la réussite économique et sportive des autres métropoles européennes. Sans ce rival, et si le PSG ne parvient toujours pas à remporter la prestigieuse Champions League, le projet qatari risque à terme de s'essouffler.

Précisons toutefois qu'il n'est pas forcément pertinent de choisir Londres comme modèle, car elle fait aussi figure d'exception. La métropole dispose de 12 clubs de football professionnels (5 en Première League). Cette profusion a une histoire urbaine, car la ville d'aujourd'hui est un agrégat d'anciens villages aux particularités locales fortes. En retour, Londres est peu compétitive dans les autres sports. Pour Paris, s'inspirer de Londres paraît complexe, il faudrait plutôt regarder du côté de Madrid, Milan ou Manchester.

Quels sont les freins au développement d'un potentiel rival au PSG en Île-de-France ? Qui entre le Red Star et le Paris Football Club semble le candidat le plus sérieux pour occuper cette place ?

Le **Paris Football Club** (PFC) évolue au Stade Charléty, qui n'a pas été pensé pour le football mais plutôt pour l'athlétisme. Avec ses 20 000 places et sa disposition particulière, le stade n'est pas suffisamment adapté pour le Paris FC. En effet, c'est la très maigre affluence du Paris Football Club (2031 spectateurs en moyenne pour la saison 2018/2019) qui est pour l'instant l'un des principaux freins à son développement. Cependant, la ville de Paris s'est

engagée en 2019 à faire des travaux sur ce stade très bien situé dans Paris, avec de nombreux accès en transports en commun (Cité Universitaire).

Ce projet d'envergure pourrait bénéficier au développement du Grand Paris, comme l'affirme Vincent Chaudel, directeur marketing du cabinet Wavestone pour So Foot : « On stagne en matière d'affluences au stade depuis 1998, quand l'Allemagne, pour ne citer que cet exemple, a su passer un gros cap avec le Mondial 2006. Avoir du monde au stade, c'est être plus attractif pour les diffuseurs, annonceurs et autres partenaires. C'est aussi avoir des retombées merchandising fortes, car les gens au stade achètent des choses. ».

Toutefois, à la suite de nos entretiens et de notre travail de recherche, et bien que le club parte de plus bas, il semble que le Red Star dispose d'un plus grand potentiel de développement pour devenir le concurrent du PSG.

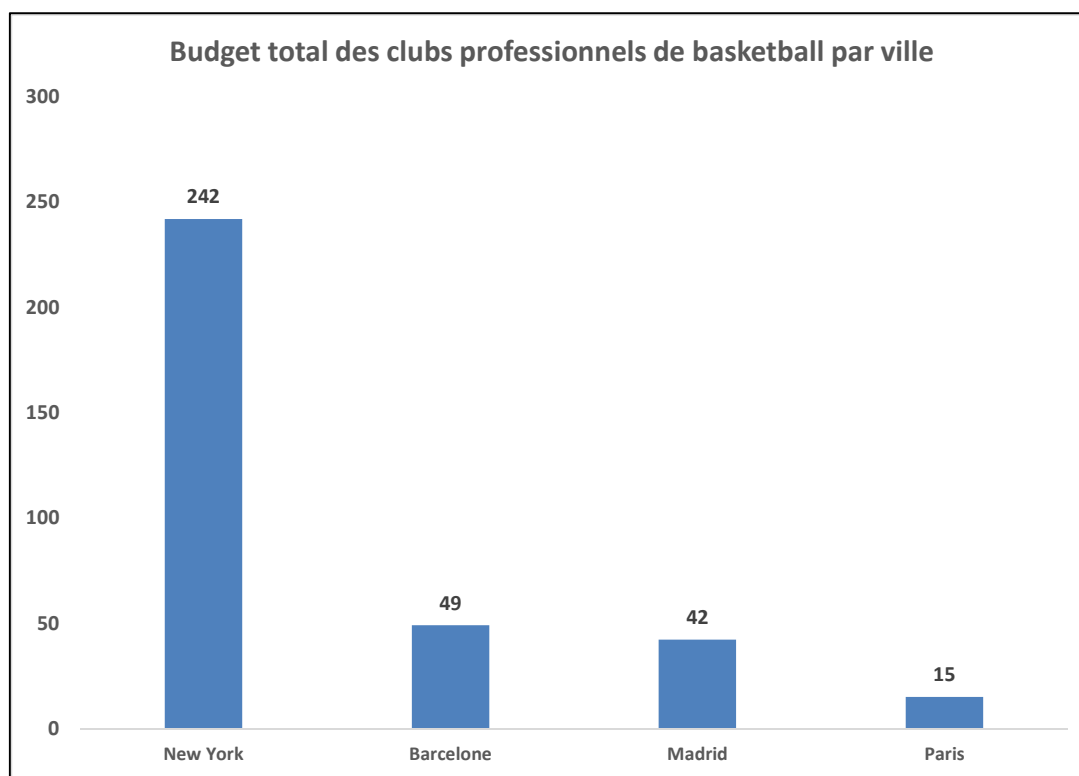
Le **Red Star Football Club** fait face à des difficultés en termes d'infrastructures, mais a entamé une profonde restructuration. Luc Pontiggia (directeur général du club) détaille ainsi le plan horizon 2024 pour son club : il faut créer une unité de lieu autour du Red Star. En effet, aujourd'hui en Nationale (3^{ème} division), le club peut évoluer dans son stade iconique : Bauer. En revanche, lors de sa montée en Ligue 2 pour la saison 2018-2019, le club a dû s'exiler à Beauvais car le stade Bauer n'est pas homologué pour la Ligue 2. Or en jouant à Beauvais, le club perd son atout principal qui est le soutien populaire local. Pour pouvoir se préparer à remonter en Ligue 2 puis pour viser la Ligue 1 le Red Star doit s'établir stagement dans une enceinte digne de ce nom. Ces travaux – qui ont commencé – prennent place dans le cadre des travaux du village olympique de Saint Ouen.

Parallèlement, pour développer cette unité de lieu tout en tirant profit du vivier de talents disponible en Île-de-France (on rappelle que c'est le 2^{ème} territoire qui fournit le plus de joueurs professionnels au monde, environ 300), le Red Star prévoit de construire un centre de formation et d'entraînement à proximité du nouveau stade.

En outre, le club a initié une structuration plus forte de ses ressources humaines, notamment en créant une cellule commerciale dédiée. Le président du club Patrice Haddad vient du monde de la communication, et c'est par ce biais que le Red Star brille, du fait de ses partenariats audacieux et de sa stratégie marketing innovante. Par exemple, pour aller à rebours de la tendance actuelle des clubs à sortir un maillot « third » plus couteux, le Red Star a lancé son « maillot third » : un tatouage éphémère et peu cher du logo du club à mettre sur son cœur. Leur stratégie vise à donner de la valeur à leurs produits, même si cela signifie perdre des recettes à court terme.

Rappelons qu'une rivalité francilienne est d'autant plus nécessaire que le niveau national de Ligue 1 est en-dessous des principaux championnats européens. Cette absence de compétitivité pour le Paris Saint-Germain semble être un frein à son développement, qui passe inexorablement par une victoire en Champions League.

2) Basketball : des clubs très jeunes au budget extrêmement limité par rapport aux autres grandes métropoles



Métropoles	Paris	Londres	Madrid	Barcelone	Los Angeles	New-York
Nombre de clubs professionnels	<ul style="list-style-type: none"> • Metropolitans 92 • Nanterre 92 • Paris Basketball (D2) 	<ul style="list-style-type: none"> • London City Royals • London Lions 	<ul style="list-style-type: none"> • Real Madrid • Movistar Estudiantes • Montakit Fuenlabrada (banlieue) 	<ul style="list-style-type: none"> • Barça • BAXI Manresa (banlieue) • Club Joventut Badalona (banlieue) 	<ul style="list-style-type: none"> • Clippers • Lakers 	<ul style="list-style-type: none"> • Knicks • Nets
Date de création	<ul style="list-style-type: none"> • 2007 • 1927 • 2018 	<ul style="list-style-type: none"> • 2018-2020 • 1977 	<ul style="list-style-type: none"> • 1931 • 1948 • 1981 	<ul style="list-style-type: none"> • 1926 • 1931 • 1930 	<ul style="list-style-type: none"> • 1970 • 1947 	<ul style="list-style-type: none"> • 1946 • 1967
Palmarès	<ul style="list-style-type: none"> • new • 1N 2013 • new 	<ul style="list-style-type: none"> • 1N 2019 	<ul style="list-style-type: none"> • 35N/10E 	<ul style="list-style-type: none"> • 18N/2E • 1N • 4N/1E 	<ul style="list-style-type: none"> • 16N 	<ul style="list-style-type: none"> • 2N
Capacité du stade	<ul style="list-style-type: none"> • 4000 • 3000 • 2400 	<ul style="list-style-type: none"> • 1500 • 7000 	<ul style="list-style-type: none"> • 13100 • 13100 • 5700 	<ul style="list-style-type: none"> • 7600 • 5000 • 8500 	<ul style="list-style-type: none"> • 19100 • 19100 	<ul style="list-style-type: none"> • 19800 • 18100

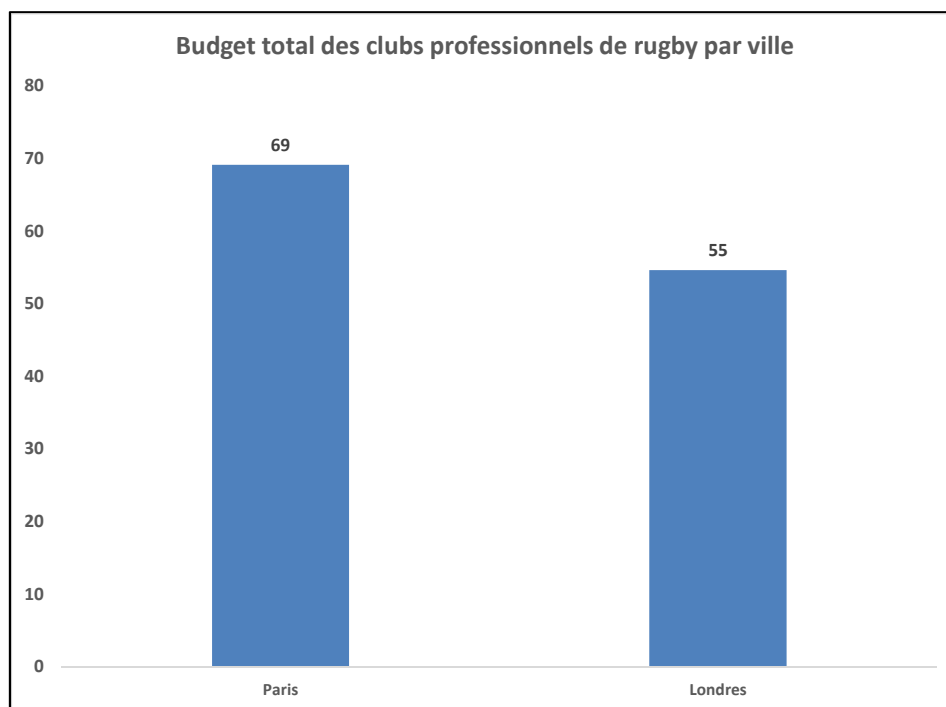
Salaires des superstars					<ul style="list-style-type: none"> • Paul George : 33 M\$ • LeBron James : 37,5 M\$ 	<ul style="list-style-type: none"> • Kevin Durant : 37,2 M\$
-------------------------	--	--	--	--	---	---

Sans surprise le basketball aux Etats-Unis est incommensurablement plus développé qu'en Europe. Néanmoins en ce qui concerne Paris un écart important avec d'autres clubs européens en particulier espagnols. Il faudra franchir un cap pour s'installer durablement dans la compétition européenne. D'autant plus que seul le prestige de l'Euroleague semble pouvoir booster sur le long terme la réputation et donc l'attractivité des clubs franciliens. Or l'accès à l'Euroleague est plus complexe que ne pourrait l'être la Champions League pour les clubs de football. En effet, bien que champion de France en titre, l'Asvel (club de Villeurbanne présidé par Tony Parker) a pu intégrer la compétition uniquement via une invitation (*wild card*) pour deux saisons. Car être champion de son pays n'est pas un critère d'admission dans la cour des grands. Pour l'Euroleague Commercial Assets (ECA), structure privée qui gère la compétition, les conditions d'accès dépendent avant tout des moyens financiers ou du nom de la ville (Paris pourrait obtenir une invitation d'ici 3 à 4 ans). Cette participation de Villeurbanne rompt avec l'absence de clubs français dans la prestigieuse compétition depuis 3 ans, alors qu'on ne compte pas moins de 4 représentants espagnols (Barcelone, Real Madrid, Vitoria et Valence), et 3 russes (CSKA Moscou, Khimki Moscou et Saint-Pétersbourg).

Pourquoi, dans le championnat français, les petites et moyennes villes sont-elles historiquement et toujours aujourd'hui plus représentées que les grandes métropoles ? Certains l'expliquent à cause de la présence du football dans les grandes villes, avec l'idée que s'il y a du football il ne peut y avoir rien d'autre. Il y a cependant des contre-exemples : Montpellier a été la même année championne de Handball, volley, football (2012). De manière générale le sous-développement du basketball à Paris, eu égard à son bassin économique et démographique mais également à ses configurations territoriales (une grande métropole constituées de quartiers urbains denses propices à l'image de marque et au « lifestyle » que charrie le basketball). Au-delà du football, hors comparaisons aujourd'hui en Europe, le basketball est sans doute le sport qui affiche le potentiel de développement le plus important pour un territoire comme le Grand Paris, au rayonnement nécessairement mondial. A ce titre le Paris Basketball est encore en quête de son image de marque et de son public, oscillant entre une réalité actuelle (un club familial de Paris intra-muros) et un territoire et un public au fort potentiel de développement, en banlieue parisienne, qui pratique plus massivement le sport dans des modes plus spontanés et plus « street » (3 vs. 3), mais qui est aujourd'hui bien plus tourné vers le NBA que le championnat de France.

3) Rugby : un championnat riche et compétitif mais des stades plus vides en Île-de-France que dans les autres métropoles

Dans les cinq premières économies européennes le rugby n'est présent significativement qu'en France et au Royaume-Uni et donc, s'agissant des principales métropoles, qu'à Paris et à Londres, pour un budget total supérieur à Paris, porté essentiellement par deux clubs (le Stade Français et le Racing 92).



Métropoles	Paris	Londres	Dublin	Auckland	Sydney
------------	-------	---------	--------	----------	--------



PARIS ILE-DE-FRANCE
CAPITALE ÉCONOMIQUE



Métropole
du **Grand Paris**



ESSEC
BUSINESS SCHOOL

Nombre de clubs professionnels	<ul style="list-style-type: none"> • Stade Français Paris • Racing 92 • Massy (D3) • Suresnes (D3) 	<ul style="list-style-type: none"> • London Harlequins • Saracens [considéré comme londonien bien que grande banlieue] • London Irish [pareil] • Ealing Trailfinders (D2) • London Scottish (D2) • Richmond (D2) • Blackheath [seul club dans le petit Londres] (D3) ; les Wasps sont partis à Coventry en 2014. 	<ul style="list-style-type: none"> • Leinster 	<ul style="list-style-type: none"> • Blues 	<ul style="list-style-type: none"> • Waratahs
Date de création	<ul style="list-style-type: none"> • 1892 • 1890 	<ul style="list-style-type: none"> • 1866 • 1876 • 1898 	<ul style="list-style-type: none"> • 1875 	<ul style="list-style-type: none"> • 1996 	<ul style="list-style-type: none"> • 1882
Palmarès	<ul style="list-style-type: none"> • 14N/1CE • 6N 	<ul style="list-style-type: none"> • 1N/3CE • 5N (entre 2011 et 2019) / 3E (entre 2016 et 2019) 	<ul style="list-style-type: none"> • 6N (dont 4 entre 2013 et 2019 / 4E entre 2009 et 2018) 	<ul style="list-style-type: none"> • 3NE 	<ul style="list-style-type: none"> • 1NE
Capacité du stade	<ul style="list-style-type: none"> • 20 000 • 32 000 	<ul style="list-style-type: none"> • 14800 • 8500 • 24000 	<ul style="list-style-type: none"> • 18500 	<ul style="list-style-type: none"> • 50000 	<ul style="list-style-type: none"> • 45000
Salaires des superstars	<ul style="list-style-type: none"> • Nicolas Sanchez : 680 K€ • Finn Russell : 630 K€ 	<ul style="list-style-type: none"> • Maro Itoje : 940 K€, Owen Farrell : 880 K€ • Paddy Jackson : 590 K€ 	<ul style="list-style-type: none"> • Johnny Sexton : 630 K€ 		<ul style="list-style-type: none"> • Michael Hooper : 670 K€

N : championnat national ; E : Coupe d'Europe ; CE : challenge européen ; NE : championnat national entre provinces dans différents pays – système de franchises

Bien que populaire internationalement, le rugby peine cependant à remplir ses stades en Île-de-France. En effet, adossés à un bassin de population de 12 millions d'habitants, le Racing 92 et le Stade Français évoluent le plus souvent devant des gradins clairsemés. Durant la saison 2018-2019, seul Agen a attiré moins de monde en championnat que le Stade Français Paris et ses 10 316 spectateurs en moyenne. Et si le Racing 92 fait mieux avec plus de 14 000 personnes à s'asseoir dans les gradins pour le Top 14, son taux de remplissage de 47 % témoigne de ses difficultés à remplir la Paris-La Défense Arena. Le nouveau directeur général du Stade Français Paris, Thomas Lombard, confirme que pour attirer du public, il faut retrouver des résultats sportifs plus réguliers. La performance joue évidemment sur la fréquentation. Du côté du voisin, difficile de mettre les soucis d'affluence sur le compte des résultats : champion en 2016, finaliste de Coupe d'Europe la même année et en 2018, le Racing 92 n'a pas manqué les playoffs depuis sa remontée dans l'élite en 2009. Pour Damien Rajot, directeur général de l'ultra-moderne enceinte des Hauts-de-Seine, l'affluence des matchs de clubs est directement corrélée aux performances de l'équipe du XV de France. Il faut aussi que l'on retrouve une communication plus positive autour de ce sport : ces derniers temps, on a beaucoup parlé des accidents qui surviennent sur le terrain. Fondateur de l'Observatoire du sport-business, Vincent Chaudel pointe l'absence de stars comme Chabal, Wilkinson ou Carter ont pu l'être dans le Top 14.

Damien Rajot évoque également une autre explication au non-remplissage des stades : si la région parisienne détient un bassin de population sans équivalent en France, elle concentre aussi une offre de loisirs sans commune mesure. Leur concurrent n'est pas uniquement le Stade Français : c'est aussi le Louvre et Disneyland. Le positionnement se fait sur le marché des sorties au sens large. D'autant plus que juste en face de Jean-Bouin [stade du Stade Français Paris], il y a une concurrence de poids avec le Parc des Princes qui est devenu un lieu d'attraction incontournable de la région. L'offre est plus conséquente qu'ailleurs.

Au Stade Français, qui a obtenu en juin la gestion de son enceinte par la mairie de Paris, on a conscience qu'il faut faire connaître et apprécier le lieu pour que les gens y accolent une image conviviale. Il n'y a pas eu beaucoup de communication de la mairie de Paris pour ce stade et le dédier uniquement au rugby, rend difficile sa notoriété. En juillet 2020, le club aurait dû y organiser des représentations du « Lac des cygnes » pour attirer un public différent. Dans le 92, on multiplie les soirées à thème et on transforme parfois l'Arena en boîte de nuit géante. L'enjeu est de capter des spectateurs occasionnels pour en faire des spectateurs réguliers.

QUESTIONNEMENTS / PISTES DE PROPOSITIONS

Questions générales

- L'attention actuelle autour des grands événements sportifs passés et à venir n'est pas à remettre en cause. Il est cependant souhaitable que celle-ci n'occulte pas la contribution, elle constante, des clubs professionnels à un territoire métropolitain, alors même que certaines exemptions, facilités et avantages sont attribués à l'un et non à l'autre ? Comment mieux dévoiler la contribution des clubs professionnels au développement économique et au rayonnement des métropoles (et en ce qui nous concerne pour la région parisienne) ? Et comment du même coup attirer l'attention sur le potentiel (et donc le manque à gagner actuel) de développement ? Quels sont les indicateurs / arguments qui paraissent les plus importants à mettre en avant, à la fois pour le rayonnement national et international des clubs ?
- Quels sont les freins économiques, réglementaires et en particulier fiscaux qu'il serait nécessaire de lever ?
- Dans quelle mesure peut-on expliquer ce sous-développement de nos clubs par un concurrence particulièrement forte en région parisienne sur le marché culturel et de loisirs (musées, théâtres, concerts...) ? Ou est-ce un faux prétexte, Londres et New-York comptant également une forte concurrence en la matière ? Ce rapport différent des populations au « spectacle sportif » est-il selon vous une donnée « culturelle » (au sens figée à court terme / difficile à changer) ou les freins sont-ils exogènes aux individus (liés à la nature et au degré de l'offre) ?
- S'agit-il prioritairement d'une question de capacité et de modernité de nos stades ? Que faut-il à ce titre améliorer prioritairement en matière de spectacle sportif et d'expérience-client / spectateur ? Généraliser les terrains en synthétique (et donc passer en salle pour éviter les aléas climatiques) serait-il souhaitable de ce point de vue (et quid de l'aspect environnemental) ? Vous paraît-il souhaitable d'autoriser la vente d'alcool dans les stades ?
- La région parisienne est un vivier de talents, aussi bien en football qu'en rugby ou en basketball, qui se reflète dans les résultats dans l'ensemble bons des équipes nationales et la richesse du sport amateur. Mais les clubs quant à eux ne parviennent pas suffisamment à tirer profit de ce vivier pour leur développement. L'exemple du football est édifiant : les joueurs vainqueurs des coupes du monde 1998 et 2018 étaient rarement en activité dans des clubs français lors de ces victoires. Comment mieux tirer parti de ce vivier en matière de formation ?
- Le développement des pratiques « urbaines » de certains sports, notamment le football (Five) et le basketball (3 vs. 3) est-il suffisamment pris en considération par les clubs professionnels dans leur ancrage territorial, leur politique de formation et le développement de leur image de marque ? Quelles initiatives vous paraîtrait-il pertinent de mettre en avant ?

- Ce constat pose une question plus générale mais cruciale sur la gouvernance actuelle du sport en France, très particulier, hérité d'un modèle étatiste des années 1960 tourné vers l'olympisme et construit sur un lien consubstantiel entre sport professionnel et sport amateur. Outre le fait que le système peine à se greffer à l'évolution des pratiques sportives, qui s'affranchissent de plus en plus du modèle clubs/licences (autre aspect de cette étude), il semble contribuer à freiner le développement de quelques grands clubs dans des zones métropolitaines. Ne serait-il pas souhaitable d'envisager de scinder la gouvernance entre le développement et l'encadrement des pratiques amateurs d'une part ; et la gestion des clubs et ligues professionnelles de l'autre ? Ceci reviendrait à ce que les clubs professionnels organisent eux-mêmes la gouvernance de leur championnat, prenant ainsi des décisions davantage centrées sur leur développement économique, sans que les ligues soient de simples délégations des fédérations. Les retours des différents clubs nous laissent à penser que cela permettrait aux ligues de prendre des décisions fortes pour renforcer la compétitivité et maximiser les revenus. Qu'en pensez-vous ?
- Par exemple, l'idée est souvent revenue de diminuer le nombre de clubs dans les ligues de football ou de basket. Ce type de décision, s'il permet d'accroître la compétitivité et les revenus, signe aussi le début d'un accroissement des inégalités entre clubs. Est-ce pour le mieux ?
- Les grands événements sportifs à venir ont-ils quelque chose à apporter aux clubs de la région parisienne ?
- Les clubs professionnels sont des ambassadeurs uniques en matière de marketing territorial. De ce point de vue, une marque aussi forte que « Paris » vous paraît-elle suffisamment exploitée par ces clubs ? Comment l'utiliser davantage et comment, en retour, le développement de ces clubs peut-il nourrir l'attractivité du Grand Paris ?
- L'actualité sanitaire récente a frappé de plein fouet nos clubs professionnels déjà fragiles pour la plupart. Quelles préconisations pourraient permettre d'atténuer autant que possible ce choc exogène et de favoriser une reprise de l'activité économique des clubs ?

Questions spécifiques au football

- L'UEFA parle économiquement du « top 5 » pour désigner les cinq grands championnats mais seulement du « top 4 » en termes sportifs (excluant ainsi la France). Comment expliquer le déficit de performance sportive sur le long terme des clubs français dans les coupes européennes ?
- Est-il de ce point de vue souhaitable de resserrer la Ligue 1 à 18 voire 16 clubs (ce qui se ferait inévitablement au détriment de plus petits clubs / sur de petits bassins économiques), afin d'alléger ? Quels sont les freins organisationnels / politiques à une telle réforme ? Comment les lever ?
- Comment renforcer davantage les droits TV internationaux de la Ligue 1, qui sont encore loin derrière d'autres championnats européens (en particulier la Première League) ? Des modes alternatifs de diffusion / modèles économiques sont-ils à anticiper et/ou à souhaiter, comme un Netflix du sport ?

- Y a-t-il une place à prendre pour un « anti-PSG » au sein de la région parisienne : Red Star FC et/ou Paris FC ? Comment construire et entretenir une telle rivalité ?
- Le football féminin peut-il servir d'exemple des effets bénéfiques d'une rivalité entre plusieurs clubs de la région parisienne ? Nous avons évoqué précédemment les bienfaits en termes économiques et sportifs que peut apporter la rivalité entre deux clubs d'une même ville. Or, si cela est vrai pour le football masculin, cela l'est aussi pour la pratique féminine. Aujourd'hui, alors que le Paris Saint-Germain et le Paris Football Club sont sportivement et financièrement trop éloignés pour créer cette concurrence dans la ligue masculine, ces deux clubs sont beaucoup plus proches en D1 féminine. Certaines joueuses cadres de l'équipe de France de Football féminine évoluent au Paris FC, comme Gaëtane Thiney ou Annaïg Butel.

Classement Féminines Division 1 2019-2020											
	pts	J.	G.	N.	P.	p.	c.	+/-	G.	N.	P.
1	Lyon (F)	-	44	16	14	2	0	67	4	+63	●●●●●
2	Paris-SG (F)	-	41	16	13	2	1	60	7	+53	●●●●●
3	Bordeaux (F)	-	37	16	12	1	3	36	12	+24	●●●●●
4	Montpellier (F)	-	30	16	9	3	4	39	18	+21	●●●●●
5	Paris FC (F)	1 ▲	24	16	7	3	6	21	26	-5	●●●●●
6	Guingamp (F)	1 ▼	23	16	6	5	5	20	21	-1	●●●●●
7	Fleury (F)	-	20	16	6	2	8	18	30	-12	●●●●●
8	Reims (F)	-	15	16	4	3	9	13	32	-19	●●●●●
9	Dijon (F)	1 ▲	14	16	3	5	8	10	32	-22	●●●●●
10	Soyaux (F)	1 ▼	13	16	4	4	8	15	30	-15	●●●●●
11	Marseille (F)	-	6	16	2	0	14	12	62	-50	●●●●●
12	Metz (F)	-	2	16	0	2	14	7	44	-37	●●●●●

Classement 2019-2020 D1 féminines, L'Équipe

La région Île-de-France est également représentée dans ce classement par le Football Club Fleury 91 Cœur d'Essonne. Ce sont donc au total 3 clubs franciliens qui sont présents dans l'élite. Ainsi, les conditions semblent réunies pour qu'à terme le Grand Paris puisse devenir la métropole mondiale du football féminin – et cela est d'autant plus vrai à l'heure où cette pratique se développe mondialement. Pourtant, après l'organisation de la coupe du monde de football féminin 2019, la pratique et l'intérêt pour cette discipline n'ont pas cru comme espéré. Comment favoriser le développement des clubs professionnels féminins, qui semblent porter en eux les caractéristiques de compétitivité enviés par les ligues masculines ?

Annexe : données comparatives sur les clubs professionnels (première division) dans les métropoles de comparaison

	Sport	Ville	Budget 2019 (M€)	Date de création	Stade	Capacité du stade	Population de l'aire métropolitaine (Mhab)
Paris Saint-Germain FC	Football	Paris	636	1970	Parc des Princes	48 000	12,5
Tottenham Hotspur	Football	Londres	430	1882	Tottenham Hotspur Stadium	62 000	12,0
Arsenal FC	Football	Londres	440	1886	Emirates Stadium	61 000	12,0
Chelsea	Football	Londres	506	1905	Stamford Bridge	41 000	12,0
Crystal Palace	Football	Londres	168	1905	Selhurst Park	26 000	12,0
West Ham United	Football	Londres	199	1895	Stade olympique de Londres	60 000	12,0
Real Madrid CF	Football	Madrid	745	1902	Stade Santiago-Bernabéu	81 000	6,4
Club Atlético de Madrid	Football	Madrid	368	1903	Wanda Metropolitano Madrid	68 000	6,4
FC Barcelona	Football	Barcelone	880	1899	Camp Nou	100 000	3,1
Espanyol	Football	Barcelone	57	1900	Stade Cornellà-El Prat	46 000	3,1
FC Internazionale Milano	Football	Milan	365	1909	San Siro	80 000	3,2
AC Milan	Football	Milan	241	1899	San Siro	80 000	3,2
Juventus Turin	Football	Turin	500	1897	Allianz Stadium	42 000	2,2
Torino Football Club	Football	Turin	7	1906	Stade Olympique de Turin	28 000	2,2
Bayern Munich	Football	Munich	652	1900	Allianz Arena	75 000	2,4
FC Union Berlin	Football	Berlin	80	1966	Stadion An der Alten Försterei	22 000	4,3
Hertha BSC	Football	Berlin	250	1892	Olympiastadion	74 000	4,3
New York City Football Club	Football	New York	40	2013	Yankee Stadium	30 321	17,0
New York Red Bulls	Football	New York	32	1996	Red Bull Arena	25 189	17,0
Paris Saint-Germain Handball	Handball	Paris	18	1941	Stade Pierre de Coubertin	3 400	12,5
Ivry Handball	Handball	Paris	3	1947	Gymnase Auguste Delaune	1 500	12,5
Massy Essonne Handball	Handball	Paris	2	1964	Centre Omnisport Pierre de Coubertin	2 500	12,5
FC Barcelona Handball	Handball	Barcelone	7	1942	Palau Blaugrana	8 250	3,1
Metropolitains 92	Basketball	Paris	7	2007	Palais des Sports Marcel Cerdan	4 000	12,5
Nanterre 92	Basketball	Paris	5	1927	Palais des Sports Maurice Thorez	3 000	12,5
Real Madrid	Basketball	Madrid	40	1931	Palacio de Deportes	15 000	6,4
Movistar Estudiantes	Basketball	Madrid	1	1948	WiZink Center	17 450	6,4
Montakit Fuenlabrada	Basketball	Madrid	1	1981	Polideportivo Fernando Martín	5 700	6,4
FC Barcelona Lassa	Basketball	Barcelone	41	1926	Palau Blaugrana	7 600	3,1
Baxi Manresa	Basketball	Barcelone	3	1931	Pavelló Nou Congost	5 000	3,1
Club Joventut Badalona	Basketball	Barcelone	5	1930	Palau Municipal d'Esports de Badalona	8 500	3,1
New York Knicks	Basketball	New York	123	1946	Madison Square Garden	19 800	17,0
Brooklyn Nets	Basketball	New York	119	1967	Barclays Center	18 100	17,0
Stade Français	Rugby	Paris	40	1883	Stade Jean Bouin	20 000	12,5
Racing 92	Rugby	Paris	29	1882	Paris La Défense Arena	32 000	12,5
London Harlequins	Rugby	Londres	24	1866	The Stoop	14 800	12,0
Saracens	Rugby	Londres	20	1876	Allianz Park	10 000	12,0
London Irish	Rugby	Londres	10	1898	Madejski Stadium	24 000	12,0
New York Giants	Football américain	New York	455	1925	MetLife Stadium	83 000	17,0
New York Jets	Football américain	New York	416	1969	MetLife Stadium	83 000	17,0
Yankees	Baseball	New York	599	1901	Yankee Stadium	52 000	17,0
New York Mets	Baseball	New York	318	1962	Citi Field	45 000	17,0
New York Islanders	Hockey sur Glace	New York	101	1972	Nassau Coliseum	13 900	17,0
New Jersey Devils	Hockey sur Glace	New York	159	1974	Prudential Center	17 000	17,0
New York Rangers	Hockey sur Glace	New York	237	1926	Madison Square Garden	18 000	17,0