

# GRAND PARIS CAPITALE MONDIALE DU SPORT



**PARIS ILE-DE-FRANCE**  
CAPITALE ÉCONOMIQUE

Paris île-de-France Capitale Economique  
2 place de la Bourse 75002 Paris / tél : 01 55 65 49 40

[contact@gp-investment-agency.com](mailto:contact@gp-investment-agency.com)

CETTE REVUE A ÉTÉ RÉALISÉE  
ET VOUS EST OFFERTE PAR



**PARIS ILE-DE-FRANCE**  
CAPITALE ÉCONOMIQUE

## INTRODUCTION

- PAGE 04 — Le sport : nouvel enjeu d'attractivité internationale  
 PAGE 06 — Faire du Grand Paris LA capitale mondiale du sport

## PARIS ET LE SPORT UNE HISTOIRE

- PAGE 10 — Paris et le Sport : une histoire  
 PAGE 12 — L'héritage et aujourd'hui  
 PAGE 13 — Branding et rayonnement des Grands Clubs : l'exemple Paris Saint-Germain  
 PAGE 14 — Au-delà du PSG  
 PAGE 16 — Red Star

LE SPORT FAIT LA VILLE,  
LA VILLE FAIT LE SPORT

- PAGE 20 — Pierre Rabadan, Adjoint à la Maire de Paris en charge du sport, des Jeux Olympiques et Paralympiques, en charge de la Seine  
 PAGE 23 — Les équipements sportifs, nouveaux totems urbains ou éléphants blancs ?  
 PAGE 24 — Les grands équipements sportifs comme outils d'attractivité  
 PAGE 26 — Le sport spectacle dans ma rue.  
 PAGE 27 — Les transports, pour faciliter l'accès aux pratiques sportives

## LE SPORT AU SERVICE DE LA SOCIÉTÉ

- PAGE 30 — Elisabeth Borne, Ministre du Travail, de l'emploi et de l'insertion  
 PAGE 32 — Répondre aux nouvelles attentes  
 PAGE 33 — Accompagner le sport, vecteur d'initiatives collectives et d'entrepreneuriat  
 PAGE 34 — Faites du sport, venez au travail !  
 PAGE 40 — Le Sport dans l'éducation

## SPORT ET INNOVATION

- PAGE 44 — Le sport, accélérateur d'innovations techniques et champ d'expérimentation privilégié  
 PAGE 46 — L'innovation, un tremplin pour faire de Paris la capitale mondiale du sport  
 PAGE 47 — Level 256 : plateforme de développement économique dédiée à l'e-sport  
 PAGE 49 — Innovation, facteur de différenciation  
 PAGE 50 — Innover et s'imposer à l'international : l'exemple Natural Grass  
 PAGE 51 — Créer des fonds de soutien

## E-SPORT

- PAGE 54 — E-sport : positionnement et enjeux, devenir un leader mondial  
 PAGE 55 — Structuration et démarches pour devenir la référence internationale de l'E-sport  
 PAGE 57 — Construire un territoire favorisant l'attractivité du Grand Paris  
 PAGE 58 — Vitality : l'étoile qui fait briller l'E-sport français

TOURISME SPORTIF, DIPLOMATIE  
ET ÉCONOMIE DU SPORT

- PAGE 62 — Géographie et diplomatie : atouts majeurs pour accueillir des organisations internationales  
 PAGE 64 — Le sport, un secteur économique et un relais d'influence  
 PAGE 66 — Les grands événements sportifs internationaux (GESI) dans le Grand Paris  
 PAGE 67 — Les Grands Événements Sportifs Internationaux au service de la construction métropolitaine : l'exemple Barcelone

LES JEUX OLYMPIQUES  
ET PARALYMPIQUES

- PAGE 70 — Impacts et enjeux pour le Grand Paris

## Préface

Jean-Michel Blanquer,  
Ministre de l'Éducation Nationale,  
de la Jeunesse et des Sports

© JACQUES PAQUIER

Parmi les facteurs d'attractivité des grandes capitales du monde, il en est un dont l'importance est croissante. C'est le sport. Pour n'importe quel territoire, mais en particulier pour les grandes métropoles, associer son image à la pratique sportive, s'affirmer comme une terre de sport, est un vecteur de rayonnement exceptionnel.

Car le sport évoque le bien-être et la santé dans sa pratique régulière et personnelle.

Il évoque la convivialité, le partage et la cohésion.

Il évoque le goût de l'effort, de la ténacité et l'esprit d'équipe.

Il évoque la discipline, l'inclusion, le respect de l'autre mais également de soi.

Car le sport renvoie à tous les domaines, tous les défis auxquels les grandes métropoles sont confrontées. La santé, l'inclusion, l'économie, l'aménagement des territoires, l'écologie, la mobilité, l'innovation, l'histoire, et bien sûr l'éducation.

L'École est très souvent le lieu où l'enfant va pratiquer pour la première fois une activité physique. Elle est ce lieu où se forment dans les jeunes esprits, une rigueur et une connaissance du corps.

A cet égard, le sport doit intervenir dès le plus jeune âge afin de transmettre l'ensemble des valeurs qui lui sont propres.

L'école doit aussi être un lieu privilégié pour encourager une activité physique régulière, créer des habitudes. Inculquer cette bonne pratique très tôt chez l'enfant permettra, à long terme, d'avoir des effets positifs sur la santé et le bien-être des citoyens. Pour cela, le Gouvernement encourage les écoles à proposer aux enfants 30 minutes quotidiennes d'activités physiques.

Le «Pass'Sport» va également permettre aux 5,4 millions d'enfants et adolescents les plus éloignés de la pratique d'accéder plus facilement aux activités physiques et sportives, en prenant en charge une partie de leurs frais d'inscription au sein d'une association sportive. Cette mesure facilitera l'ouverture aux différentes activités sportives, notamment celles dont le coût est souvent un frein à l'entrée.

L'accueil de la Coupe du Monde de Rugby en 2023 ainsi que l'organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris en 2024 doit accélérer la dynamique enclenchée depuis maintenant plusieurs années et permettre à la région capitale de solutionner des carences persistantes.

Formons ensemble le voeu que nos jeunes pratiquent de plus en plus le sport et que le Grand Paris, capitale mondiale du sport, puisse en être un acteur dynamique.

En 2019, l'Agence nationale du Sport a été créée pour développer la haute performance de nos athlètes français, qui feront briller la nation à court terme mais également durant les compétitions futures. L'agence est également chargée de déployer la stratégie de transformation numérique des structures sportives, levier essentiel de simplification des procédures et de fidélisation des licenciés.

Le sport est désormais à la croisée de tous les domaines et doit être considéré comme un axe prioritaire de développement, de différenciation et d'attractivité au regard des autres grandes métropoles mondiales.

Au-delà de l'amélioration du bien-être et de la santé de la population, le renforcement de l'offre d'équipements sportifs et des mesures facilitant la pratique joue un rôle important dans un monde où le cadre de vie extraprofessionnel est désormais essentiel.

L'image d'une métropole mondiale, qui place le sport pour toutes et tous au coeur de sa stratégie, envoie un message dynamique qui favorisera l'attraction des talents d'aujourd'hui et de demain. ●



PARIS ÎLE-DE-FRANCE  
CAPITALE ÉCONOMIQUE

## Éditeur

Paris Île-de-France Capitale Économique  
 2 place de la Bourse 75002 Paris  
 tél : 01 55 65 49 40  
 contact@gp-investment-agency.com

## Directeur de la publication

Alexandre Missoffe /

## Rédaction

Edouard Dequeker /  
 Alexandre Missoffe /  
 Martin Colney /

## Communication

Louise Limare

## Graphisme

Fred Savarit. / frederic.savarit@orange.fr

ISBN : 978-2-492718-06-9

EAN : 9782492718069

© Tous droits réservés – 2022

Dépot légal dès parution

Exemplaire offert. Ne peut être vendu

## Imprimerie

ISI Print - 15 rue Francis de Pressensé  
 93210 La Plaine Saint-Denis

## Couverture :

© FRED INSPIRE PAR MALIKA FAVRE

Le sport porte un message à la fois global et universel, et le Grand Paris a tous les atouts pour devenir d'ici 2024 LA référence d'une métropole sportive.

© FLORIAN HULLEU

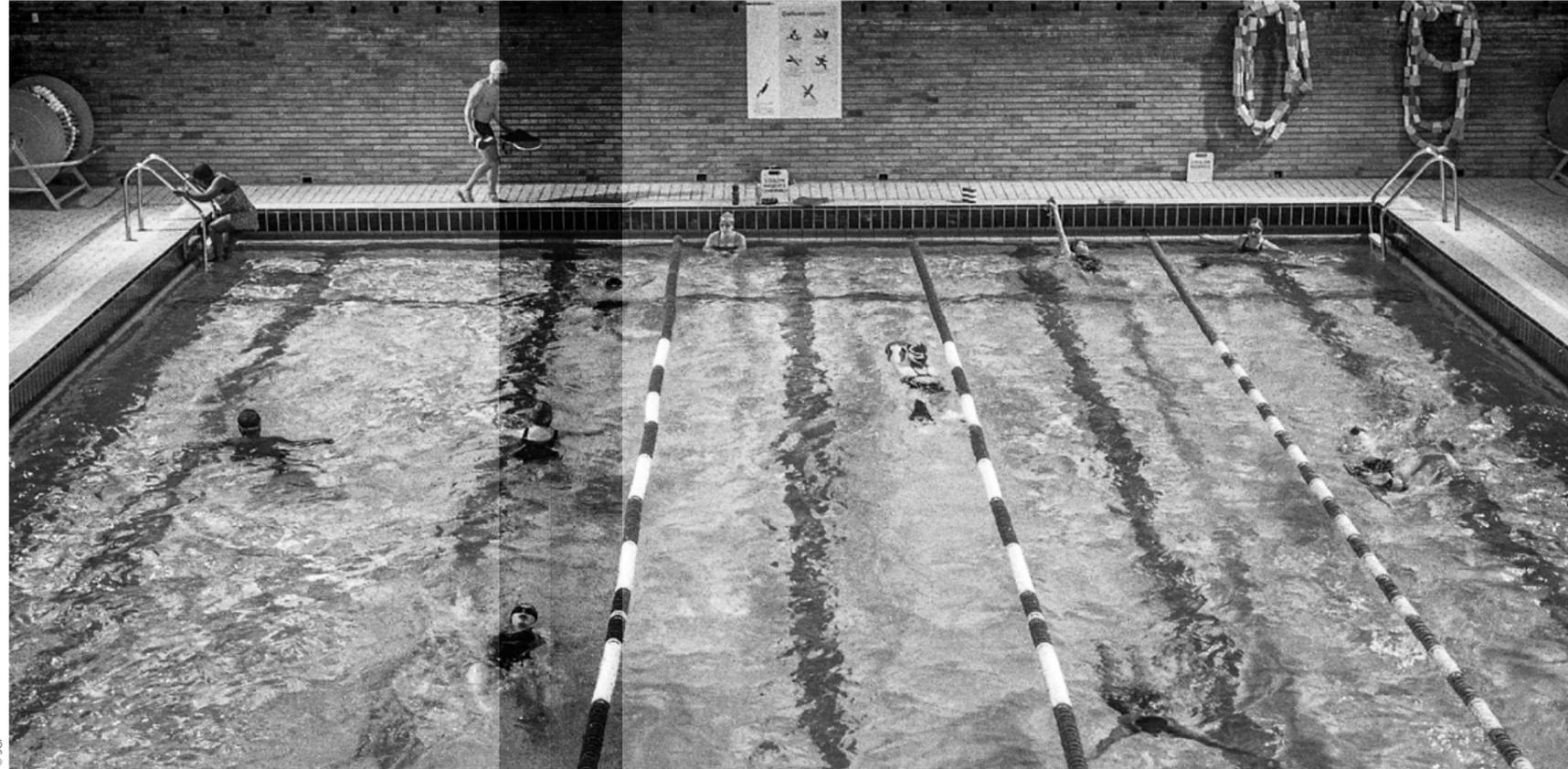


# Le sport nouveau enjeu d'attractivité internationale

L'attractivité des métropoles dans la période post-covid ne se jouera pas sur un chapelet de données macro-économiques, mais sur un esprit et un récit. Dans cette approche, le sport porte un message à la fois global et universel, et le Grand Paris a tous les atouts pour devenir d'ici 2024 LA référence d'une métropole sportive.

**Les entreprises qui investissent** annuellement des montants colossaux pour associer leurs marques au sport, savent depuis longtemps quel incroyable vecteur celui-ci constitue. La puissance du sport comme support de communication tient à sa capacité d'expression universelle. Un joaillier, une franchise de bricolage, une banque de détail ou un constructeur automobile peuvent s'adresser à des publics très différents à travers un même sport. Pour un horloger le tennis évoquera la précision, pour un constructeur automobile il parlera de puissance... Cette capacité à tenir un message universel, à s'adresser à tous et partout, les territoires devraient s'en emparer. Or si les marques commerciales ont investi le sport, rien de comparable pour le marketing des territoires. Quelques-uns voient bien leur nom associé à une épreuve spécifique (les 24h du Mans, le Grand Prix de Monaco, le tournoi de Bâle, l'enduro du Touquet...) mais sans qu'aucune métropole n'ait, à ce jour, associé le sport à son image ou se soit imposée comme La ville du sport.

Or il y a, entre les grandes villes et le sport, comme une correspondance en clair-obscur qui donne un relief particulier. Le sport incarne le bien-être et la santé par la pratique personnelle ; il parle d'excellence et d'exigence par les performances des athlètes de haut-niveau ; de solidarité et de partage par la convivialité des rencontres ; de rayonnement et d'universalisme par l'accueil des grands événements. Il est spectacle. Il est loisir. Il évoque l'innovation et la ténacité. Il invoque l'inclusion et l'accessibilité. « Santé », « inclusion », « performance », « rayonnement », « loisirs », « innovation », « solidarité », « excellence », « bien-être »... Toutes



© JGP

Le bassin de la piscine Catherine Lagatu, avenue Parmentier, dans le 10<sup>e</sup> arrondissement de Paris.

Paris-Île de France Capitale Economique convie aujourd'hui toutes les énergies, pour installer durablement le Grand Paris sur la première marche du podium des Territoires Sportifs.

© VENHOEVENS &amp; ATELIERS 2/3/4/ PROLOG



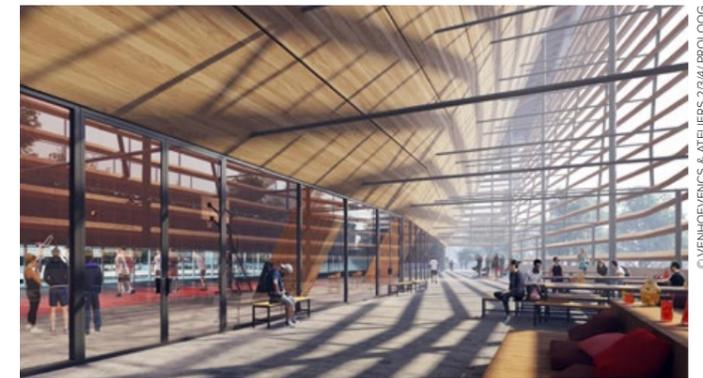
Le centre aquatique olympique, réalisé sous maîtrise d'ouvrage de la Métropole du Grand Paris.

les métropoles mondiales cherchent à s'imposer sur ces enjeux ! Certaines métropoles sont devenues des références pour le shopping, le digital, le street art, l'environnement ou la gastronomie. Des villes se sont imposées comme capitale de la finance, des casinos, du commerce maritime, des assurances, de la chaussette ou encore de l'automobile... Pourtant, aucune n'est parvenue jusqu'à lors à s'imposer comme « La Ville du Sport ». Ni même ne paraît l'avoir véritablement tenté.

## LA COMPÉTITION EST OUVERTE.

Parmi toutes, le Grand Paris n'est pas la métropole la moins légitime à revendiquer ce titre. Elle peut s'appuyer sur des arguments culturels qui vont de Pierre de Coubertin à Kylian Mbappé, et des atouts architecturaux à l'image du Stade de France, de la piscine Molitor de Paris la Défense Arena ou encore du Centre aquatique de Saint-Denis.

Mais au-delà de ces totems, qu'est-ce qui qualifie un territoire « sportif » ? Est-ce le nombre de paniers de basket à l'hectare ? Le nombre de trous de golf dans un rayon de 50 km ? Le ratio de licenciés par habitants ? L'audience cumulée de ses grands événements ? Le retentissement de ses clubs dans les championnats internationaux ? Le taux d'accessibilité des équipements pour la pratique sportive ? Au-delà d'une simple addition de statistiques, probablement un peu de tout cela. Faire du Grand Paris la capitale mondiale du sport supposera de valoriser nos atouts, de mobiliser nos énergies mais aussi de progresser et de s'appliquer à nous-mêmes la discipline des champions pour pousser notre exigence encore plus loin.

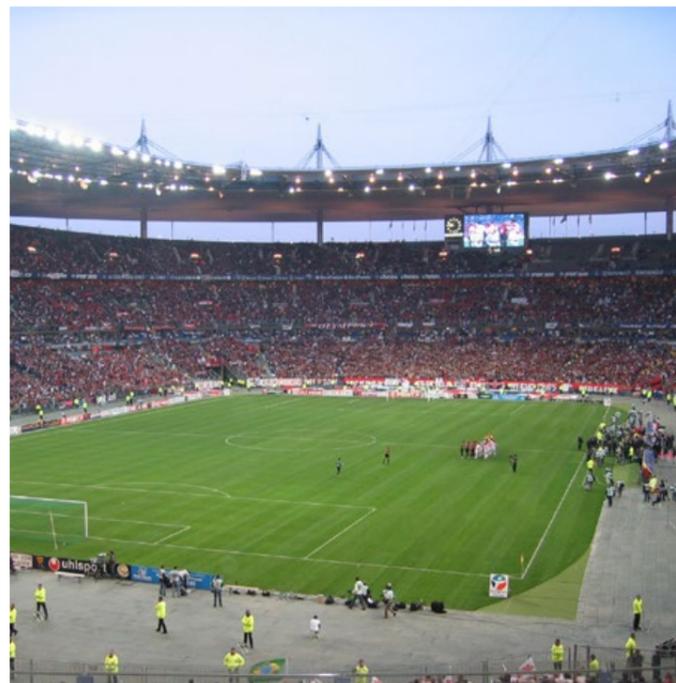


© VENHOEVENS &amp; ATELIERS 2/3/4/ PROLOG

C'est à cette course de fond que Paris-Île de France Capitale Economique convie aujourd'hui toutes les énergies, pour installer durablement le Grand Paris sur la première marche du podium des territoires sportifs. Dans la compétition des métropoles, Pierre de Coubertin nous le pardonne, l'important n'est pas de participer. Mais si au cours des quatre prochaines années, nous parvenons à progresser jusqu'à faire du Grand Paris la référence évidente, avec tout ce que charrie l'idée du sport, alors cela donnera à la région capitale de la France un argument puissant de rayonnement. Les Jeux de 2024 en toile de fond sont une occasion précieuse pour nous engager pleinement dans cette course. Plus vite, plus haut, plus fort. ●

# Faire du Grand Paris LA capitale mondiale du sport

Le Grand Paris est l'un des territoires les plus réputés au monde pour ses différentes infrastructures sportives. Pour en arriver là, plusieurs siècles ont été nécessaires. Bien que des lieux de pratique sportive existaient déjà avant le XIX<sup>e</sup> siècle (notamment en lien avec le jeu de paume ou les Arènes de Lutèce, de 15 000 places), plusieurs gymnases ouvrent successivement entre 1817 et 1820, dont le gymnase militaire et le gymnase normal civil. Ce dernier a pour vocation de développer le sport auprès des enfants.



Le Grand Paris est l'un des territoires les plus réputés au monde pour ses différentes infrastructures sportives.

Une étape est franchie neuf ans plus tard avec la création du premier gymnase en milieu scolaire, au lycée Louis Le Grand. Cette première pierre lance une démarche d'ouverture des gymnases dans les écoles, collèges et lycées. On peut citer celui de l'école Monge (aujourd'hui lycée Carnot), conçu par Gustave Eiffel, et où l'un des premiers professeurs de gymnastique est Pierre de Coubertin. Il y a une volonté générale de développer la pratique sportive chez les jeunes. Il faut rappeler qu'à cette époque, un gymnase n'est pas couvert mais ressemble plutôt à des agrès sur un portique. L'apogée de l'architecture métallique dans les années 1850 (Gare de l'Est, Gare de Lyon) va inciter à améliorer ces équipements. Mais construire de nouveaux bâtiments coûte cher. Face à ce problème économique, une parole de Napoléon III, à l'origine de la couverture des équipements sportifs, est restée dans les mémoires : « Les Halles sont de vastes parapluies, il ne faut rien de plus »... et voilà les gymnases couverts qui arrivent et remplacent les gymnases à ciel ouvert. Cette vogue des gymnases commence à toucher le grand public en dehors des militaires et des écoliers. Près des Champs-Élysées, un ancien forain, Hippolyte Triat, fonde dans les années 1840 un gymnase novateur où se bouscule la haute société et où – sacrilège ! – il encourage la pratique sportive des femmes.

En 1851, la noyade de 200 soldats dans la Maine à Angers initie une prise de conscience des autorités pour former la population à la nage. Au départ, les points d'eau sont liés à des pratiques hygiénistes issues des bains-douches (XIX<sup>e</sup> siècle). Cette pratique est ancienne, antique, mais pas sportive. La capitale voit ses premières piscines au sens moderne apparaître (en 1871, la Piscine Rouvet, puis la première couverte, Château-Landon, en 1884, elle existe toujours), même si, dès 1784, un certain Barthélémy Turquin avait créé un bassin dans la Seine intitulé École royale de natation. Le plus célèbre de ces « bains flottants » installés en bord de Seine reste la piscine Deligny, fondée en 1801 et détruite par une explosion en 1993.

De là a lieu un basculement dans les années 1880, mêlé à une volonté d'entraîner physiquement la nation. La défaite de Sedan, en 1870, face à la Prusse, a marqué les esprits et installé l'idée que les Français n'ont pas la condition physique de leurs ennemis. Le gymnase prend la place de la chapelle dans les lycées, où l'on assiste à un déplacement du culte religieux vers le culte sportif.

Le 17 mars 1881, un groupe de 8 gymnastes fonde le premier club de gymnastique, l'« En Avant ! de Paris ». Ce club s'est installé dans le XIV<sup>ème</sup> arrondissement où il réside toujours. La création du club, comme beaucoup à l'époque, est subventionnée par le Ministère de la Guerre. Au sortir d'une guerre perdue, l'objectif est de former des hommes disciplinés, physiquement aptes à une guerre de reconquête. Ainsi émergent des noms de clubs tels que « La Revanche », « La Sentinelle » ou « En Avant ».

Toutes les activités physiques modernes alors balbutiantes sont pratiquées : l'athlétisme, l'éducation physique, l'escrime, les sports d'équipes et les sports de combat.

En 1892, la ville de Paris construit le gymnase Huyghens avec des portiques métalliques provenant de l'exposition universelle de 1889. Le président du club, Monsieur Moreau, était architecte à la municipalité. Ainsi, « En Avant ! de Paris » commence à se développer en

© JEAN



La piscine Deligny, fondée en 1801 et détruite par une explosion en 1993.

s'installant dans ce gymnase et ses principaux adhérents sont alors des habitants du XIV<sup>e</sup> arrondissement. Le lieu accueille toujours le club de gymnastique « En Avant ! de Paris ».

1885 est la date d'ouverture par la Mairie de Paris du premier gymnase municipal, dans le XI<sup>ème</sup> arrondissement. En 1920, la ville de Paris fait appel à Louis Bonnier, un architecte-voyer municipal, qui a également participé à l'élaboration des règlements d'urbanisme de Paris. Il dresse un état des lieux plutôt alarmant : 20 piscines en France dont 7 à Paris. À l'époque, l'Allemagne en compte 1 300 et la Grande-Bretagne 800. Le gouffre est immense, tout est à faire. Nous devons à Monsieur Bonnier une prise de conscience générale et plus concrètement, la réalisation de la Piscine de la Butte aux Cailles en 1921, clé du changement des mentalités.

## NAISSANCE DES PREMIERS CLUBS

Au tournant du XIX<sup>e</sup> et du XX<sup>e</sup> siècle se produit une réelle mutation de l'activité physique en « sport » au sens actuel. Il ne s'agit plus seulement d'améliorer la condition physique des Français et des Françaises, mais aussi de se mesurer et de se confronter dans une atmosphère amicale. Des groupes d'écoliers anglophiles vont ainsi créer les premiers clubs de sport français, le Racing Club de France, fondé en 1882 par des lycéens de Condorcet et le Stade Français, créé l'année suivante par des élèves du lycée Saint-Louis. Ces clubs font encore aujourd'hui la vigueur du sport parisien.

La Cité Internationale Universitaire de Paris représente la démocratisation du sport avec l'aménagement de la ceinture verte. L'Enceinte de Thiers, créée entre 1841 et 1844 et située entre les actuels boulevards des Maréchaux - appelés à l'origine « rue Militaire » - et le futur emplacement du boulevard périphérique, permettait initialement de voir arriver l'ennemi en temps de guerre. Sa destruction en 1870 libère de l'espace et laisse place à des habitations, des équipements sportifs et à la construction du périphérique. Naît alors le plus grand espace

sportif de Paris avec notamment le Parc des Princes (1887), le stade de Roland Garros (1928) et une multitude d'infrastructures sportives. Son aménagement à partir de 1920 a pour objectif d'accueillir les étudiants parisiens, français mais aussi étrangers. Cet énorme complexe mêlant éducation, savoir et sport devient un lieu d'attractivité internationale. Au cœur de cette attractivité, le sport aura un rôle fraternel, permettant les rencontres d'individus issus de milieux divers. Au fil du temps, des courts de tennis, des stades, un gymnase, un dojo, une salle d'escrime et d'autres espaces sportifs émergent de terre. La pratique du sport se démocratise et joue un rôle primordial au sein d'une « ville monde ».

Le stade Elisabeth (1850), est un haut lieu historique du sport féminin. Petit à petit, des installations ont étendu la surface du lieu, devenu un complexe pluridisciplinaire : des courts de tennis, une piste d'athlétisme ainsi que la récente construction d'une piscine ont, par exemple, complété les infrastructures existantes.

Cette piscine démontre l'évolution des attentes générales développées en l'espace d'un peu moins de deux siècles. Le projet est bien entendu un lieu pensé pour le sport, mais répond aussi et surtout aux exigences environnementales, aux normes écologiques et aux nouvelles pratiques des individus.

Plus généralement, on assiste à une réelle évolution dans la perception de ce qu'est le sport : nous sommes passés du « sport compétition », « sport performance », au « sport bien-être et détente ».

Également, de plus en plus d'infrastructures favorisant la pratique sportive autonome émergent. « Après avoir construit des gymnases, des espaces fermés et plus généralement couvert le sport, on le remet en extérieur, dans la rue, afin de faciliter l'accès à la pratique sportive ». ●

Rédaction basée sur des propos de  
Charlotte Van Doesburg, CAUE de Paris

© DR



# PARIS ET LE SPORT : UNE HISTOIRE

Nombreux sont les acteurs qui ont permis de poser les jalons d'un Grand Paris du sport, à l'instar, au tennis, de Roland Garros ou Suzanne Lenglen.

© ALAMY STOCK PHOTO



1 /

© DR



2 /

© LIBRARY OF CONGRESS

## 1 000 ans de sport à Paris

Si la France dispose d'une telle renommée sportive aujourd'hui, rien n'est dû au hasard. Bien des hommes, au travers des siècles passés, ont fait de la France, depuis Paris, ce qu'elle est aujourd'hui.



3 /

© SUPERSEB694

Le jeu de Paume fut le sport roi à Paris dès le XII<sup>e</sup> siècle. À son apogée, au XVI<sup>e</sup> siècle, on dénombreait 250 salles dédiées ainsi que 7 000 Parisiens vivant directement ou indirectement de cette pratique. Rappelons qu'à peine 200 000 personnes peuplaient Paris à cette époque. Les « lettres patentes » du roi de France François I<sup>er</sup>, en date du 9 novembre 1527, officialisent le professionnalisme sportif, donnant un nouveau statut et une nouvelle reconnaissance, historique, aux sportifs. Sous Louis XIV et Louis XV, Paris était déjà le lieu où étaient enseignés les arts, y compris sportifs. Les grandes familles européennes envoyaient ainsi leurs enfants y apprendre l'escrime, l'équitation ou encore la danse. La France, et plus particulièrement Paris, influence déjà le monde sportif.

Au XIX<sup>e</sup> siècle, le sport se développe et s'accélère à Paris. L'équitation, et plus généralement les sports hippiques, prennent peu à peu la place du jeu de paume comme sports phares de la ville des lumières. Très rapidement, la démocratisation de l'utilisation du vélo permet au cyclisme de prendre à son tour le statut de sport favori des Parisiens dans les années 1860. Le XIX<sup>e</sup> siècle sportif aura donc été marqué par la construction d'édifices, hippodromes et vélodromes, dédiés à ces deux pratiques. Dès 1870, une forme évoluée du jeu de paume fait son apparition : le tennis. 21 ans plus tard, en 1871, les championnats de France de tennis naissent et deviendront ensuite Roland Garros, le tournoi que nous connaissons tous.

### 1000 ANS D'HISTOIRE

La fin de ce siècle voit naître le premier club de football parisien, le White Rovers Football Club, en 1891. Cette consonance britannique nous rappelle que « le sport de balle au pied » comme nous le connaissons aujourd'hui, nous vient tout droit d'outre-Manche, comme la plupart des sports à cette époque. La France sera néanmoins l'un des premiers pays à encadrer cette pratique, pour laquelle les premiers écrits chinois datent du III<sup>e</sup> siècle. Longtemps pratiquée sans règles par le « petit peuple », la « soule » devient le football actuel en 1857 en Angleterre avec la création du premier club non scolaire, le Sheffield Football Club. En 1893, le comité du football de l'USFSA, premier organisme français gérant le football, voit le jour à Paris, alors que le football (alors dénommé football-association) n'est encore vu que comme un dérivé minoritaire du rugby.

1 / Le jeu de Paume fut le sport roi à Paris dès le XII<sup>e</sup> siècle. À son apogée, au XVI<sup>e</sup> siècle, on dénombreait 250 salles dédiées ainsi que 7 000 Parisiens vivant directement ou indirectement de cette pratique.  
2 / Le White Rovers Football Club, club de football français fondé en 1891, disparu en 1899 avait son siège au 224 de la rue de Rivoli.  
3 / Le court central de Roland-Garros.  
4 / En 1904, la Fédération Internationale de Football Association, communément appelée « FIFA » est fondée à Paris.

En 1904, la Fédération Internationale de Football Association, communément appelée « FIFA » est fondée à Paris. Il en sera de même pour la Coupe du monde de Jules Rimet en 1928, le championnat d'Europe en 1927 (appelé EURO depuis 1996) d'Henri Delaunay et la Coupe des clubs champions européens en 1955 (aujourd'hui Ligue des Champions), initiée par le quotidien sportif l'Equipe. Le football n'est pas né à Paris, mais Paris a fait du football ce qu'il est aujourd'hui : le sport le plus populaire au monde avec plus de 250 millions de joueurs. À la même période, à l'aube du XX<sup>e</sup> siècle, en 1894, la réinstauration des Jeux Olympiques antiques voit le jour grâce au baron Pierre de Coubertin. Une première édition en 1896 est, logiquement et historiquement, organisée à Athènes. La deuxième, en 1900, est en revanche organisée à Paris. 1924 verra notre capitale accueillir une seconde fois la plus grande compétition sportive au monde.

On dit souvent que les Anglais ont inventé le sport et que les Français l'ont fédéré. C'est certainement le cas si on songe que la plupart des grandes fédérations internationales de sport sont nées à Paris : l'Union cycliste internationale (UCI) en 1900, la FIFA et la Fédération internationale de l'Automobile – toujours installée place de la Concorde –, en 1904, ou la Fédération internationale de tennis (ITF) en 1913. De même, les plus grandes compétitions sportives modernes ont vu le jour dans la capitale française : les Jeux olympiques, la Coupe du monde de football, les coupes d'Europe de football, mais aussi le Tour de France, né dans une brasserie des Grands Boulevards en 1902.

Voilà donc presque un millénaire que le sport est au cœur de la vie parisienne et a pris une importance considérable, tant pour la population locale que pour le rayonnement mondial de la capitale. ●



4 /

© HERVÉ SIMON

# L'héritage et aujourd'hui

De cette histoire est né le présent. Après le Racing Club de France et le Stade Français, toujours présents, le Paris Saint-Germain rayonne aujourd'hui et permet à tout amateur de football, voire de sport en général, de placer la capitale française sur la carte.



© JEFF ABALUZI

**Au-delà**, la réelle plus-value qu'apporte un tel club à la France est son image : croissance, compétitivité, développement et plus largement, toutes les valeurs inhérentes au sport. Si le club phare de la capitale dispose de cette attractivité à ce jour, nombreux sont les acteurs qui ont permis de poser les jalons d'un Grand Paris du sport. Au tennis, Roland Garros et Suzanne Lenglen, l'un sans avoir même joué au tennis mais parce qu'il était membre du Stade Français, fondateur du stade qui porte son nom, l'autre pour avoir dominé son sport et imposé un style, une image, sont désormais des figures emblématiques que l'on retrouve chaque année pour l'un des moments sportifs les plus prestigieux au monde.

Lorsque nous enfilons les gants, comment ne pas citer Georges Carpentier, authentique Parigot et premier champion du monde français, mais aussi Marcel Cerdan, né à Casablanca, consacré à Paris, qui, au-delà de ses performances sportives, a fait parler de lui hors du ring créant un mythe que nous n'oublierons point. De son histoire avec Edith Piaf à sa fin tragique en passant par ses apparitions au grand écran, Marcel aura regroupé différents courants artistiques, marquant la France et le monde.

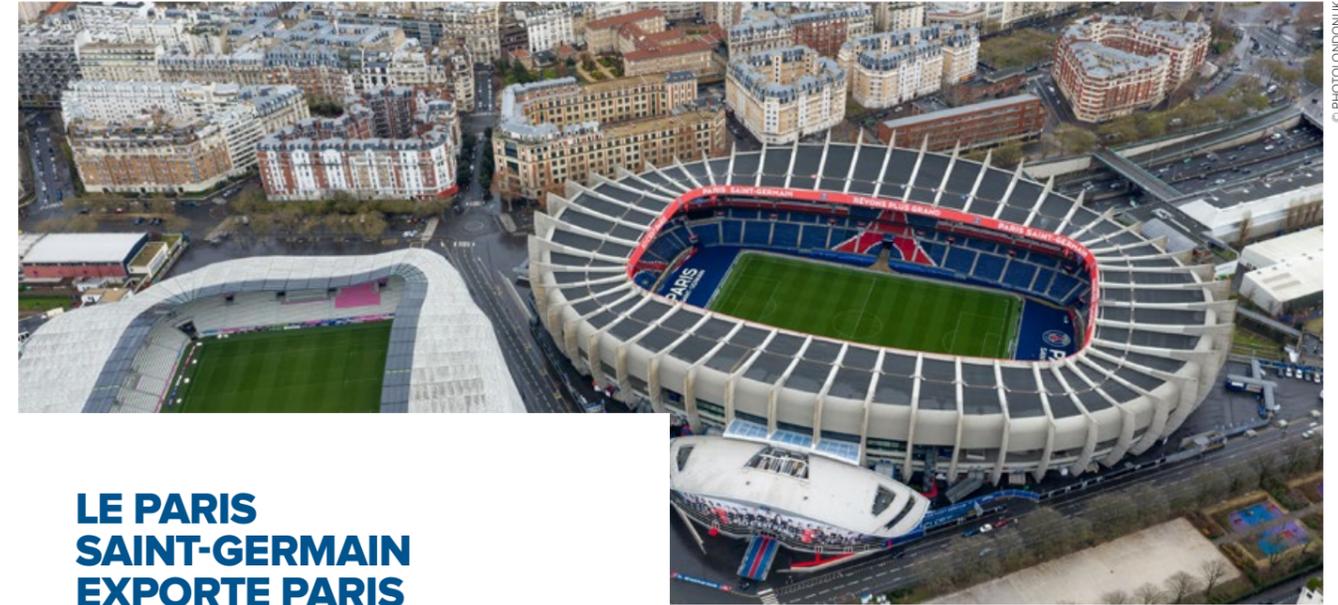
À vélo, Bernard Hinault et Jacques Anquetil, par leurs titres multiples ou Raymond Poulidor, "L'Eternel Second", tous trois restent dans les mémoires. S'ils n'étaient pas Parisiens, c'est toujours dans la capitale, au Parc des Princes, à la Cipale ou sur les Champs-Élysées, qu'ils écrivirent les dernières pages de la légende du Tour de France. Idem pour Jeannie Longo qui aura traversé les époques et dominé le monde du cyclisme féminin du début à la fin. Sur la piste, Marie-José Pérec et ses performances olympiques, Alain Prost et Sébastien Loeb au volant, Michel Platini et Zinédine Zidane balle au pied, Tony Parker ballon en main, Laure et Florent Manaudou dans les bassins ou encore Jean-Claude Killy et Martin Fourcade sur les skis, David Douillet et Teddy Riner sur les tatamis. Tous ces grands noms du sport français, et il en manque tant, en plus de leurs performances, ont marqué leur époque mais surtout l'histoire du sport. Ou plutôt, l'histoire. Tout simplement. ●



© DR

Match du PSG  
au Parc des  
Princes.

# Branding et rayonnement des Grands Clubs



© PHOTOLONDONUK

## LE PARIS SAINT-GERMAIN EXPORTE PARIS DANS LE MONDE ENTIER

**Leonardo Di Caprio, Beyonce, Rihanna, Michael Jordan, Ed Sheeran, Tom Holland, Timothée Chalamet... depuis quelques années, le Parc des Princes accueille au milieu de ses fans les plus grandes stars internationales. Tous se pressent porte d'Auteuil pour admirer les joueurs du Paris Saint-Germain évoluer dans leur enceinte mythique. Reconnaisable pour son architecture si singulière, le Parc des Princes est devenu, à la faveur de l'explosion du rayonnement du Paris Saint-Germain dans le monde, une destination capitale.**

Encore inimaginable dans les années 2 000, cette nouvelle donne a été rendue possible par une stratégie ambitieuse de modernisation et de différenciation entamée au début de la mandature de Qatar Sport Investment à la tête du club. En moins de dix ans, le Paris Saint-Germain a conquis les cœurs jusqu'à devenir une marque puissante Made in Paris, de celles qui font rayonner la capitale française dans le monde entier.

Lors de cette décennie, le club a marqué les esprits par son audace toute parisienne, en investissant des domaines inexplorés pour un club de sport, tels que la mode, avec les célèbres designers Koche and Manish Arora, le lifestyle, avec des collaborations uniques et innovantes dont celle avec la marque Jordan qui fait figure de révolution dans le monde du sport, ou encore de la gastronomie, avec le chef Yannick Alléno. Cette mutation sans précédent, scruté par les observateurs internationaux, s'est traduite par un renforcement considérable de la communauté des fans du Paris Saint-Germain dans le monde entier. Aujourd'hui, le Paris Saint-Germain est l'un des 5 clubs les plus populaires au monde sur les réseaux sociaux, dépassant la



© PHILIPPE AGNIFILU

Au-delà de son rôle d'ambassadeur mondial, le Paris Saint-Germain, acteur engagé de la cité, s'évertue à rendre à sa communauté historique le soutien indéfectible qu'elle lui apporte.

barre des 160 millions de suiveurs sur l'ensemble de ses comptes. Devenu un symbole lumineux et solide du génie parisien sur tous les continents, le club n'oublie pas d'où il vient. Inscrits dans son ADN, son ancrage local et son association avec le Grand Paris sont deux fondements de son activité.

Au-delà de son rôle d'ambassadeur mondial, le Paris Saint-Germain, acteur engagé de la cité, s'évertue à rendre à sa communauté historique le soutien indéfectible qu'elle lui apporte. Ces dernières années, le Paris Saint-Germain a mis la préservation de l'environnement au cœur du fonctionnement de la dizaine de sites où il œuvre quotidiennement. Les rendez-vous du Parc des Princes dynamisent l'économie locale, que ce soit pour les commerces à proximité, l'hôtellerie ou encore les entreprises régionales et nationales mises à contribution. Enfin, la Fondation Paris Saint-Germain porte l'action sociale du club en venant en aide à des milliers d'enfants d'Ile-de-France chaque année, que ce soit par l'animation de moments de rêve aux enfants frappés par la maladie, l'organisation de vacances et d'activités extra-scolaires pour les plus défavorisés ou encore par un soutien alimentaire et matériel aux plus démunies. Avec son nouveau centre d'entraînement qui ouvrira à Poissy en 2023, le Paris Saint-Germain reste résolument tourné vers l'avenir. Pour que Paris et sa jeunesse continue d'inspirer le monde. ●

## Au-delà du PSG...



© YAN CARADEC

Au-delà d'être un poumon économique pour le territoire, le club a un rôle fondamental dans la transmission de valeurs

### STADE FRANÇAIS PARIS RUGBY

**Un club novateur, précurseur de l'organisation du sport en France. Depuis sa création en 1883, le Stade Français figure parmi les plus grands clubs omnisports d'Europe, et a largement contribué à la renaissance puis à la structuration du sport en France.**

C'est au Stade Français que l'on doit l'organisation des premiers matchs internationaux de rugby (en 1892 face à un club londonien), la création des premiers Championnats du Monde de tennis sur terre battue (en 1912), la construction du Stade Roland-Garros (en 1928), la création du Meeting international d'athlétisme (en 1968) ou encore le Marathon de Paris (en 1976). En 1995, le Stade Français Paris Rugby voit le jour suite à la fusion entre les deux clubs parisiens : le Stade Français (1883) et le CASG Paris (1903).

Thomas Lombard, ancien joueur du club, international français et actuel Directeur Général nous apporte sa vision concernant le rayonnement et la stratégie du club.

"Le territoire du Grand Paris a une grande histoire, que ce soit avec ses clubs phares, ses événements ou encore ses édifices comme le Stade de France ou désormais, Paris La Défense Arena. Notre savoir-faire est également reconnu mondialement et sert de modèle à l'étranger."

#### POUMON DU TERRITOIRE SPORTIF, TRANSMISSION DE VALEURS ET ENGAGEMENTS SOCIAUX

"Nous ne sommes pas simplement un club de rugby mais un club omnisports avec des joueurs qui ont fait la renommée du Stade Français. Le rugby a toujours été un outil de lien social et le devient encore plus dans le monde post-covid. C'est véritablement un sport où une communion existe entre supporters et joueurs, toujours très accessibles. Le stade est un lieu de fête et de rencontre et permet l'effervescence d'une ville sportive.

Au-delà d'être un poumon économique pour le territoire, le club a un rôle fondamental dans la transmission de valeurs, dans l'accompagnement, la formation et l'anticipation de l'avenir. Le programme "Stade Académie" répond à cette volonté. Ce programme, labellisé par l'Association Française de Normalisation (AFNOR), est une association créée pour renforcer la formation, axe essentiel du projet global du club. Nous sommes le premier club sportif à avoir obtenu ce label engagé sur la responsabilité sociale dans le cadre de la mise en œuvre de notre politique RSE.

L'association permet à nos sportifs de mêler sport et optimisation de leur carrière en développant leur réseau, préparant ainsi un réel projet de reconversion. Aussi, des formations sont proposées en interne à destination des staffs (entraîneurs, éducateurs, etc.) mais également des clubs partenaires du Stade Français Paris.

Notre partenariat avec l'ESSEC facilite cette démarche. Nous épaulons nos joueurs, nous les formons et leur proposons d'apprendre auprès de nos entreprises partenaires. Les sportifs de haut niveau, tout au long de leur carrière sur les terrains, développent des capacités particulières, très recherchées dans les entreprises."

#### AMBASSEUR DU SPORT FRANÇAIS ET ÉVANGÉLISATEUR DU RUGBY

"Évidemment, le Stade Français est ambassadeur du sport à l'étranger. Tout d'abord, nous avons des joueurs étrangers dans l'effectif. On ressent notamment un fort engouement en Amérique du Sud du fait de la présence de joueurs argentins au club. Notre attractivité sportive nous permet de développer notre image dans le monde et ainsi, faire rayonner la capitale française.

Le Stade Français est très présent sur les réseaux sociaux et dispose d'un engagement au-dessus de la moyenne, démontrant la place de Paris dans le rugby français mais surtout international.

Nous avons des systèmes de collaboration avec des clubs alentours et le monde politique. Régulièrement, des manifestations sont organisées dans les écoles et à Jean Bouin (stade où évolue le club, ndr) pour favoriser l'évangélisation du rugby. La Fédération Française de Rugby joue un rôle important dans cette démocratisation du rugby. Dernièrement, par exemple, nous sommes allés faire un match amical en Corse, réputée terre de foot. Le public était au rendez-vous, l'événement fut un succès. Plus le rugby sera répandu sur le territoire national, plus il sera influent et attractif à l'international."

#### PERFORMANCE ET RAYONNEMENT

"Depuis plusieurs années, le Stade Français Paris Rugby développe un fort ancrage territorial, mettant en place un réseau de clubs partenaires, que ce soit au niveau national ou international. Le Stade Français est un club historique en France, ancré dans les esprits et doit donc tirer le sport français vers le haut.

Cela passe par la mise à disposition des savoir-faire, l'échange avec les jeunes générations et bien entendu par les résultats sportifs.

On se positionne sur les territoires émergents en développant des partenariats (sportifs et extra-sportifs) qui nous permettent d'avoir une certaine influence à l'étranger. D'autres clubs le font, comme Toulon, qui a investi à Miami en Major League.

A l'échelle mondiale, le rugby se démocratise, notamment en Asie où la Coupe du Monde 2019 au Japon a été un formidable succès.

La Chine a également des programmes de développement du rugby.



Thomas Lombard, Directeur Général du Stade Français Paris Rugby

Aussi, le Rugby à 7 est devenu une discipline olympique, ce qui médiatise notre sport en général. Les pays vont chercher à gagner des médailles olympiques par le rugby, poussant les territoires à investir davantage dans la discipline. La Coupe du Monde 2023, en France, doit nous permettre de passer un nouveau cap, d'autant plus que les Jeux de Paris 2024 suivront. Le rugby français bénéficiera de ces deux événements exceptionnels et l'attractivité de notre territoire ne pourra qu'en sortir grandie."

#### HANDISPORT, FÉMINISATION DE LA PRATIQUE ET SPORT SANTÉ : FAIRE ÉVOLUER LA SOCIÉTÉ

"Le club est très engagé sur le volet sport - santé. Depuis 2019, on organise, grâce à notre partenariat avec l'Institut Médical - Sport - Santé (IMSS), des programmes d'incitation au sport en mettant à disposition des préparateurs spécialisés, des créneaux dédiés, etc. Au sujet du handisport, nous collaborons beaucoup avec la ligue d'Île-de-France pour faire évoluer la pratique et souhaitons accompagner des clubs handisport dans un avenir proche.

L'engagement du club envers le rugby féminin est bien marqué, notamment avec notre équipe féminine, les "pink rockets" qui est accompagnée au même titre que l'équipe masculine. Également, notre stade ultra moderne dispose d'une pelouse synthétique, ce qui nous permet d'utiliser nos installations à forte intensité, optimisant ainsi leur occupation."

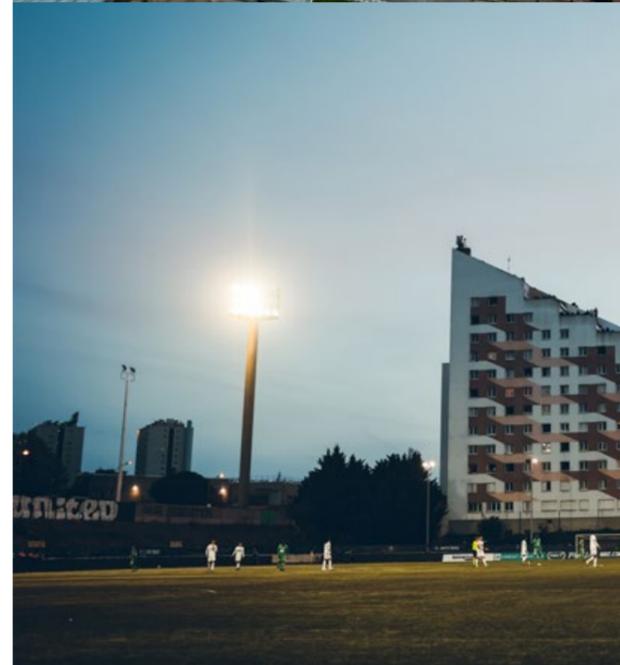
#### INNOVER DANS LE DOMAINE DE LA "FAN EXPÉRIENCE"

"Il est clair que la France a un certain retard par rapport aux États-Unis, précurseurs sur le sujet. L'écart est notamment culturel, nous ne sommes pas des Américains ou des Anglais. Les fans américains allouent des budgets importants aux spectacles sportifs. Le prix des billets pour assister aux matchs est exorbitant. Nous ne pouvons pas, du moins pour le moment, généraliser une augmentation des tarifs billetterie. Nous souhaitons conserver cette proximité et cette accessibilité que doit offrir le rugby.

Ce n'est pas pour autant que nous ne devons pas nous inspirer des bonnes pratiques. Nous devons faire évoluer les comportements et répondre aux nouvelles attentes des fans en étant innovants. Nous avons déjà des actions en place ("rugby spirit" par exemple), tout comme le PSG qui a revu ses offres ces dernières années."

Stéphane Rakoto, Responsable du Développement Digital du club, ajoute : "Le club travaille aussi sur la connaissance clients, au cœur de notre projet de digitalisation. Nous voulons mobiliser un public large et toucher les "non-fans" de rugby en proposant des concerts, des spectacles d'avant-match, à la mi-temps, et après-match. On essaye d'être innovant sur ce sujet qui devient prioritaire en offrant à nos fans une expérience qui ne se limite pas à l'enceinte du stade." ●

Thomas Lombard, Directeur Général du Stade Français Paris Rugby



© BAPTISTE AUTISSIER

© DOMINIQUE ALFONSI

## Comment permettre au Red Star, très ancré localement, de devenir une référence dans l'élite ?

### FOOTBALL, CULTURE, FUTUR

**En 1897 à Paris, Jules Rimet et quelques amis fondent le Red Star Football Club. Après le Havre, club fondé par des Anglais en 1873, c'est le deuxième club de football à voir le jour en France, le premier à Paris. De nombreuses histoires circulent sur l'origine du nom « Red Star ». En réalité, il provient de la compagnie de ferry la « Red Star Line » qu'empruntait régulièrement la gouvernante de Jules Rimet, Mrs Jenny.**

Tout au long du XX<sup>ème</sup> siècle, le Red Star est l'un des plus gros pourvoyeurs de joueurs en équipe de France avec 270 sélections (1er club jusqu'en 1957). Les titres s'enchaînent rapidement : bon nombre de Coupes de France dans les années 1920, deux championnats de deuxième division dans les années 1930 (1934, 1939), des sélections en Bleu (huit Audoniens dans l'équipe de France qui défie l'Espagne en 1922). Mais plus que les récompenses, c'est l'engouement populaire autour du club qui marque les esprits. L'Etoile Rouge détient ainsi les meilleures affluences jamais réalisées en National (25 000 personnes contre le Racing) en D2 (49 000 contre Saint-Etienne) et en trente-deuxième de finale de la coupe de France (51 000 contre Marseille).

En 1909, le Red Star quitte Paris et met le cap vers Saint-Ouen. Direction le Stade de Paris derrière le marché aux puces, un lieu unique et chargé d'émotions qu'il ne quittera plus. Le Stade de Paris est appelé communément Stade Bauer, en hommage au Docteur Bauer, résistant local arrêté par la police française et fusillé en 1942.

Fidèle à l'architecture et à l'histoire, le nouveau Bauer disposera d'un peu moins de 10 000 places, garantissant la continuité d'un football populaire.



Le red Star.

© BAPTISTE AUTISSIER



L'équipe, sur le terrain.

© DER STAR RSPFC

Travailler le corps, éveiller l'esprit. Pour faire vivre son leitmotiv, Jules Rimet crée dès 1897 une section littéraire au sein du club pour en faire un lieu de rencontre et de partage entre des personnes issues de milieux différents. Depuis 2008 et après une période plus que difficile, Patrice Haddad, actuel Président du Red Star, a repris le club avec l'ambition et le désir de lui procurer le renouveau nécessaire.

#### LE "RED STAR LAB" EN FAVEUR DE LA CULTURE

En créant le Red Star Lab en 2008, le club s'est donné pour mission de contribuer à l'égalité des chances en devenant un lieu non seulement dédié à la formation sportive mais aussi un espace de formation et d'ouverture à la culture. En proposant aux jeunes licenciés des activités gratuites tout au long de l'année, le Red Star Lab leur permet de découvrir toute la diversité du monde dans lequel ils seront demain acteurs et citoyens.

Les initier à la culture, attiser leur curiosité, élargir leur champ d'horizon, telles sont les ambitions du Red Star Lab pour ces jeunes qui ne demandent qu'à s'exprimer. En somme, le Red Star Lab représente 11 saisons d'existence ; 66 ateliers ; plus de 500 bénéficiaires ; et le « Prix Social Club 2018 » décerné par la FFF.

#### CENTRE D'ENTRAÎNEMENT, FUTUR CENTRE DE FORMATION ET NOUVEAU BAUER 2024 : SE STRUCTURER AU FOOTBALL DE HAUT-NIVEAU

Fidèle à l'architecture et à l'histoire, le nouveau Bauer disposera d'un peu moins de 10 000 places, garantissant la continuité d'un football populaire, accessible à tous et permettant au Red Star d'évoluer, pour les prochaines saisons, dans un stade conforme aux normes de Ligue 2 et Ligue 1. Les travaux ont débuté au mois de mai 2021 et ont permis au club de rester sur place dès la saison 2021-2022 ainsi que pendant toute la durée des travaux.

L'enceinte dite "à l'anglaise" et synonyme de confort visuel pour tous, sera également un lieu de vie pour les habitants, entourée de commerces et d'espaces dédiés au sport, à l'entertainment et à la santé. Elle accueillera des espaces culturels, des activités d'e-sports, des start-ups et des espaces de co-working.

Le Parc des sports de Marville à Saint-Denis est devenu à l'été 2021 le centre d'entraînement de l'équipe professionnelle, avant d'accueillir à terme le centre de formation du club.

La culture et l'éducation seront également au cœur du projet. Il s'agira de former des footballeurs mais aussi des hommes et des femmes. Un effort particulier sera entrepris pour ouvrir le site à la culture et à l'éducation, au profit notamment des pensionnaires. ●



© CHRISTOPHE SIMON

“ Quand j'ai repris le club en 2008, j'ai eu du mal à faire comprendre que le Red Star peut être un intérêt sportif mais aussi porter une vision de renaissance. Ce club a connu une descente aux enfers dans les années 2000, mais il a aussi, par le passé, été confronté à une grippe espagnole, deux guerres et maintenant au Covid-19. Quelles sont les valeurs qui tiennent un club aussi fortement ? Mon but n'était pas d'entrer dans l'histoire du football, mais de pouvoir contribuer à celle du Red Star. Garder ce club en centre-ville demandait de l'audace, de l'énergie et de la force pour que l'engagement se concrétise. Il nous permet de conserver notre identité. Mais notre modèle économique ne sera pas basé sur la rentabilité de l'exploitation du stade. Une grande part du budget viendra de notre centre de formation, donc des talents de Saint-Ouen et de son département pour identifier aujourd'hui les grands joueurs de demain. Il doit plutôt permettre de donner envie aux jeunes de venir jouer et s'inscrire dans notre centre de formation. En plus de Bauer nous avons également franchi une étape importante pour le centre d'entraînement de l'équipe professionnelle, et les équipes de jeunes, en un lieu unique : Marville. C'est un symbole fort qui est envoyé à l'ensemble des jeunes habitants de la région, pour qui le Red Star est une institution incontournable et une destination synonyme de réussite sportive. Marville deviendra très bientôt le vivier de forces vives dont le rayonnement bénéficiera à l'ensemble du territoire. ”

Patrice Haddad, Président du Red Star

# LE SPORT FAIT LA VILLE, LA VILLE FAIT LE SPORT



La disponibilité des infrastructures à l'échelle du Grand Paris doit permettre de répondre à une demande grandissante tout en maximisant l'offre existante dans une démarche de mutualisation à l'échelle métropolitaine.

© DR

Tribune

## Pierre Rabadan, Adjoint à la Maire de Paris en charge du sport, des Jeux Olympiques et Paralympiques, en charge de la Seine

Paris, capitale mondiale du sport. L'objectif est ambitieux mais c'est dans cette perspective que nos pouvoirs publics orientent leurs actions depuis plusieurs années.

L'accueil des grands événements sportifs internationaux depuis l'Euro de football en 2016 a permis à Paris et son territoire, de développer ses capacités d'organisation et de promouvoir la pratique sportive à l'échelle nationale mais aussi internationale, comme le démontre la désignation de l'organisation de la Coupe du Monde de Rugby en 2023 et des Jeux Olympiques et Paralympiques en 2024. Mais c'est réellement par son action impulsée au niveau local pour favoriser le sport de proximité que Paris s'affirme en tant que ville sportive. Pour autant, année après année, les Françaises et les Français se sédentarisent, entraînant à moyen et long terme des problèmes de santé conséquents, tant pour le corps que pour l'esprit. Ce phénomène s'est accentué durant la crise sanitaire du Covid-19 qui a mis en avant les enjeux de santé physique et mentale. Dès lors, il est de la responsabilité des pouvoirs publics d'adapter dans les meilleurs délais l'environnement des citoyennes et des citoyens pour assurer leur épanouissement et leur bien-être, pour des raisons de divertissement mais aussi pour des raisons de santé. Par ailleurs, considérer l'impact sociétal du sport semble impératif, tout comme la prise en compte de son rôle dans la reconstruction de soi et la création de lien social après de longues périodes d'isolement. Le sport doit être appréhendé comme un outil social, au-delà de sa fonction initiale et essentielle d'activité physique, et doit gagner en crédibilité au sein du milieu scolaire : à la fois pour inculquer les valeurs qu'il véhicule, telles que le respect des règles et des autres, mais aussi le vivre-ensemble et le dépassement de soi. L'accueil des grands événements sportifs participe au rayonnement de la capitale française à travers le monde et doit être perçu comme un levier de développement du territoire francilien, pour rejaillir sur l'ensemble du territoire national. Mais bien plus que cela, la ville de Paris s'oriente définitivement vers une nouvelle approche des politiques sportives locales, qui s'articule autour de la valorisation du « sport-santé » à travers la mise en exergue du rôle sanitaire et social de la pratique sportive. Pour ce faire, les pouvoirs publics doivent faire face à l'enjeu majeur qu'est la densité du territoire francilien, impliquant une forte saturation de l'espace public. Transformer la ville, réaménager l'espace urbain en y favorisant l'activité physique, faciliter l'accessibilité universelle aux infrastructures et équipements sportifs, tels sont les défis portés par nos politiques publiques.

### LES JEUX À PARIS, EXPRESSION D'UN NOUVEAU MODÈLE PLUS ÉGALITAIRE, TRANSPARENT ET DURABLE

Les externalités positives engendrées par les compétitions planétaires doivent nécessairement se répercuter sur l'ensemble de la population du territoire hôte. C'est l'essence même du nouveau concept des Jeux Olympiques et Paralympiques développé par le comité organisateur de Paris 2024 et la Ville de Paris dès la phase de candidature : que ces Jeux aient un impact global sur l'ensemble du territoire, de manière durable, et adossés à une réelle ambition environnementale. Un nouveau modèle s'exprime pour la première fois, conciliant le spectacle, la célébration du sport avec la durabilité de l'héritage, la gestion optimale des coûts et la dimension égalitaire, sociale et inclusive de sa mise en œuvre. À l'inverse des éditions précédentes, il n'y aura pas d'équipements sportifs sans utilité pérenne après l'organisation des Jeux. La transformation territoriale de la Seine-Saint-Denis en est l'exemple parfait. L'organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques 2024 par la ville de Paris a réellement permis d'impulser une conception vertueuse de l'organisation des grands événements sportifs par l'établissement de contraintes ambitieuses, inclusives et durables, avec pour objectif ultime d'ériger ce modèle en véritable standard international, en accord avec l'agenda "2020+5" du CIO. Paris serait ainsi une ville sportive de référence en la matière, servant de modèle à tous les organisateurs d'événements à l'avenir. La priorité affichée sur les mobilités douces est centrale dans la démarche environnementale de Paris 2024, comme l'illustre le renforcement du réseau cyclable métropolitain, qui va permettre, par ailleurs, de rapprocher Paris de la Seine-Saint-Denis. Dans la même perspective, ces Jeux ouvriront l'ère de la fin du plastique à usage unique à horizon 2024. Les émissions carbone seront réduites de 50% par rapport aux Jeux de Londres en 2012. L'impact ne sera pas neutre, il sera positif. Outre l'essentielle approche environnementale, l'organisation de grands événements sportifs doit également bénéficier au tissu économique local : développement de l'économie sociale et solidaire, réserve de marchés aux entreprises locales... L'objectif poursuivi est d'impliquer l'ensemble des acteurs du territoire, au-delà des frontières parisiennes, dans les projets de transformation durable, par et pour le sport.



Pierre Rabadan,  
Adjoint à la Maire de Paris  
en charge du sport,  
des Jeux Olympiques  
et Paralympiques,  
en charge de la Seine

### RÉAMÉNAGER LA VILLE POUR FACILITER L'ACCESSIBILITÉ À LA PRATIQUE

Les difficultés d'accès aux infrastructures sportives constituent trop souvent un frein à l'activité physique, décourageant les citoyennes et citoyens volontaires. Face à ce constat, la ville de Paris a mis en place un vaste programme visant à favoriser l'activité physique et la pratique sportive autonome au plus près de chez soi. Paris est déjà une ville sportive grâce à ses nombreux clubs amateurs et professionnels. Toutefois, ces pratiques sportives structurées et encadrées doivent infuser et se développer dans la rue pour créer un « fourmillement » de lieux sportifs dans la ville. De nouvelles réformes sont en cours d'intégration du plan local d'urbanisme pour réaménager l'espace public et déployer le sport de proximité, afin de promouvoir la pratique sportive quotidienne, intégrée à un schéma de vie. La création de parcours sportifs le long de l'axe nord-sud & est-ouest de la capitale et la restructuration des parcours existants en sont la preuve. Le rapprochement entre sport et culture est un axe à développer. Faciliter l'accessibilité de l'activité physique passe également par le recentrage des manifestations sportives à l'intérieur des villes pour attirer une frange importante de la population autour de ces événements et participer à la promotion du sport de proximité.

La question de l'accessibilité financière est aussi un enjeu. C'est pourquoi la déclinaison des dispositifs gratuits d'incitation à la pratique, intitulés « Paris Sport ... », a été renforcée depuis la reprise des activités, afin de permettre au plus grand nombre de citoyens de pratiquer une activité, quels que soient leurs moyens.

### ÉLARGIR L'OFFRE POUR TOUTES ET TOUS

Dans le cadre de notre programme d'héritage intitulé « Transformations olympiques », la ville de Paris a tout spécifiquement mis l'accent sur le déploiement de l'offre handisport pour la démocratiser, changer le regard sur le handicap et permettre d'élargir encore la communauté des sportives et des sportifs. La possibilité de pratiquer la boccia (pétanque) et le goalball (variante du football), sports n'ayant pas d'équivalents valides, sera bientôt effective, de manière structurée et encadrée au sein de dispositifs adaptés. La ville de Paris impulse également l'ouverture de nouvelles sections de para-sports parmi les clubs déjà existants.

&gt;&gt;&gt;



© DR

Les JOP 2024 seront l'occasion d'affirmer la vocation sportive de la Capitale.

&gt;&gt;&gt;

L'objectif est clair : faire de Paris une ville para-sportive et quadrupler le nombre de licenciés, qui plafonne actuellement à 1200. Un réseau des clubs para-accueillants a d'ores-et-déjà été lancé et permettra aux personnes en situation de handicap de pratiquer une activité sportive, de l'initiation jusqu'au haut-niveau, en passant par la pratique loisir. L'ensemble des opérations de rénovation et de réhabilitation des infrastructures sportives sont désormais pensées pour l'exercice du para-sport, qui se structure grâce aux fédérations et au Comité Paralympique Français afin de professionnaliser au mieux le personnel encadrant.

#### INNOVER ET S'ADAPTER AU TERRITOIRE

La très forte densité du territoire parisien implique des problématiques de saturation de l'espace public. Innover devient une nécessité pour diversifier l'offre de lieux, de créneaux et de disciplines. L'aménagement des toits des immeubles parisiens en est un exemple concret, comme l'illustre l'aménagement du toit de l'entrepôt Geodis dans le 18<sup>ème</sup> arrondissement par la société Le Five. Les pieds d'immeuble pourront aussi être utilisés de la sorte, en lien avec les bailleurs sociaux, pour dynamiser ces espaces de vie et accroître l'offre disponible. Paris doit encore optimiser son territoire et prendre en compte les nouvelles attentes de la population. C'est dans cette perspective que 15 terrains de basket 3x3, nouvelle discipline olympique, ont vu le jour dans la capitale en s'établissant sur des lieux contraints, réhabilités pour l'occasion dans le cadre de l'héritage des Jeux et en partenariat avec la fédération de basket-ball.

Plusieurs équipements des JOP 2024 seront installés place de la Concorde à Paris.

En outre, la disponibilité des infrastructures à l'échelle du Grand Paris doit permettre de répondre à une demande grandissante tout en maximisant l'offre existante dans une démarche de mutualisation à l'échelle métropolitaine. Le vaste territoire francilien représente définitivement un atout en réponse à la densité parisienne.

Les Jeux de Paris 2024 devront nécessairement être une référence nouvelle en qualité d'organisation et d'expérience pour les athlètes, comme pour les spectateurs.

Mais bien plus que cela, ils doivent être appréhendés comme un véritable outil à mobiliser pour conforter la prise de conscience de l'importance du sport pour la société française, afin de développer l'ensemble des bénéfices éducatifs, sociaux et sanitaires liés à l'activité physique et à sa pratique dans notre pays. ●



© DR

## Les équipements sportifs, nouveaux totems urbains ou éléphants blancs ?

Pour répondre à cette question, il convient tout d'abord de s'interroger, d'une part, sur les critères selon lesquels une agglomération peut être qualifiée de capitale mondiale du sport et, d'autre part, sur les fonctions assignées aux équipements sportifs.



© PITCH ONE

Le Comité International Olympique (CIO) incite désormais les villes candidates à ne pas ériger des « éléphants blancs » et à se préoccuper de « l'héritage ».

**Une capitale mondiale du sport** est-elle, avant tout, un territoire qui accueille des compétitions sportives internationales, comme les Jeux Olympiques et Paralympiques ? Dans ce cas, ce territoire doit-il être doté de grands équipements sportifs, c'est-à-dire d'équipements de compétition présentant une grande capacité d'accueil de spectateurs ? Dans plusieurs grandes métropoles ayant accueilli des Jeux Olympiques et Paralympiques (JOP), les grands équipements sont sous-utilisés, voire laissés à l'abandon. Posséder des équipements de prestige ne peut donc pas constituer un critère pertinent pour se prévaloir d'être une capitale du sport. D'ailleurs, le Comité International Olympique (CIO) incite désormais les villes candidates à ne pas ériger des « éléphants blancs » et à se préoccuper de « l'héritage » laissé à la population. Ainsi, comme Londres en a montré l'exemple pour les JOP de 2012, les villes hôtes de compétitions mondiales recourent de plus en plus à des équipements éphémères ou ayant une fonction autre que sportive. Ce sera le cas à Paris. Plus largement, souhaitons-nous être une capitale du sport... ou des sportifs ? C'est-à-dire, l'objectif est-il d'attirer des visiteurs du monde entier pour être spectateurs du sport ou de permettre à la population locale d'être actrice du sport en pratiquant massivement des activités physiques et sportives (APS) ? Il convient donc de s'interroger sur les fonctions que peuvent remplir les espaces sportifs et les motivations de pratique qu'ils peuvent satisfaire. En effet, dès l'Antiquité, les archétypes de constructions consacrées à ce que nous appellerions aujourd'hui le sport et les APS étaient distincts selon leur fonction : Le stade et l'hippodrome grecs, puis le cirque romain pour la compé-

titution et le sport-spectacle, le gymnase grec qui préfigurait nos centres d'entraînement modernes et enfin les thermes grecs puis romains pour des activités physiques de « santé et bien-être ».

Les espaces sportifs n'ont pas tous la même fonction. Nous pouvons les classer selon huit catégories principales : représentation (sport-spectacle), réalisation (compétitions de niveau local à régional), préparation (accès au sport de haut niveau), formation (EPS scolaire et apprentissage en club), mise en condition (sport-santé), récréation (sport-loisir), excursion (sport de nature) et enfin, recherche de sensation (sports extrêmes).

Cette approche par fonction permet d'évaluer l'adéquation entre offre d'équipements, d'une part, et demandes de pratique et objectifs de politiques sportives, d'autre part.

À l'échelle d'une métropole comme le Grand Paris, si constituer une capitale du sport signifie satisfaire les aspirations du plus grand nombre des citoyens-citadins en matière de pratiques sportives, il convient de développer la diversité et l'accessibilité des lieux d'APS. Pour cela, il faut développer un maillage d'espaces sportifs complémentaires du point de leurs fonctions. Le degré d'accessibilité de ces équipements, et donc la densité de leur maillage, doit être adapté à la capacité de mobilité des populations concernées.

Par leur conception, ces espaces sportifs doivent aussi favoriser à la fois l'épanouissement individuel et le vivre-ensemble par le sport. L'objectif est de permettre « des APS pour chacun dans des espaces pour tous ». Les espaces sportifs d'une capitale du sport de demain doivent viser cet objectif d'utilité sociale, ainsi qu'un objectif de qualité environnementale. ●

#### François-Emmanuel Vigneau

- Architecte DPLG - Docteur en Géographie et Aménagement - Consultant en aménagement sportif des territoires et président-fondateur de la société Sport Espaces Innovation SAS



© DR

# Les grands équipements sportifs comme outils d'attractivité

## LA NOUVELLE PLACE DU STADE, PLUS IMPORTANTE, DANS LA VILLE DE DEMAIN

Historiquement relégué au second plan, le stade reprend petit à petit ses droits au cœur des villes. En premier lieu, l'Allianz Arena, construit à Munich en 2001 ou le Parc des Princes à Paris, qui a vu le jour en 1967 et a été rénové en 2014, démontrent la volonté de conserver le stade dans la ville. Le stade Jean Bouin (1925, dernière rénovation en 2013), situé juste à côté du Parc des Princes, appuie un peu plus cette démarche. D'autres exemples sont présents en Espagne avec le stade Santiago Bernabeu à Madrid (1944, rénové en 2020) ou encore le Camp Nou, à Barcelone (1954, rénové en 2017).

Ce dernier est d'ailleurs l'un des monuments les plus emblématiques et les plus visités de la ville de Catalogne, avec 1,6 millions de visiteurs par an... soit autant que la population de Barcelone ! Paris et le Paris Saint-Germain l'ont bien compris et proposent désormais une visite immersive du "Parc", utilisant le stade comme un outil de communication, de fidélisation et de développement de la fan expérience (expérience vécue par le supporter).



© PARIS-2024-POPULOUS-LUXAGON

Cette utilisation du stade permet aussi de diversifier les sources de revenus pour le club, de proposer une expérience plus longue, plus complète, aux touristes sportifs dans la capitale française. Les spectateurs ne viennent plus uniquement voir un match de football, ils viennent vivre une expérience élargie, qui les fait rêver un peu plus.

Un stade au sein de la ville va faciliter cette proximité avec les touristes, qui vont majoritairement privilégier les loisirs les moins contraignants, qui plus est lorsque la contrainte se situe au niveau du transport.

La construction du Grand Paris Express doit réduire ces temps de déplacement et rapprocher les territoires. La construction d'enceintes sportives à l'extérieur de Paris, dans le Grand Paris, se verra alors plus efficace, plus accessible. D'une part car ces infrastructures créent de l'emploi direct pour les territoires. D'autre part car elles représentent un levier significatif en faveur de l'attractivité touristique, répartissant plus également les richesses, souvent orientées vers la capitale. Elles permettent aussi à des populations plus éloignées de Paris intra muros d'accéder à une nouvelle offre culturelle, à de nouveaux loisirs.

Le stade devient donc, au-delà du sport et des clubs sportifs qui l'utilisent, un véritable atout de marketing territorial. Les innovations technologiques et les nouvelles offres dédiées aux supporters (visite de stade, expérience avant et après les matchs, etc.) élargissent les externalités positives liées à la construction de telles enceintes. Bien qu'il existe une tendance à rapprocher le stade de la ville, une métropole comme le Grand Paris, avec un réseau de transports en développement, a la possibilité d'utiliser son vaste territoire pour optimiser les bénéfices pour l'ensemble de ses populations. ●

Le stade de France,  
à Saint-Denis (Seine-  
Saint-Denis).



© PARIS-2024-POPULOUS-LUXAGON



© LINKCITY

## AMÉNAGEMENTS URBAINS, FACTEURS DE SPORTIVITÉ

Le sport est synonyme de santé, de bien-être physique et psychique, de lien social. Marche, street workout, complexes sportifs, e-sport... le sport et l'urbanisme sont plus que jamais imbriqués et ouvrent de nouvelles opportunités. Pour Linkcity, développeur immobilier de Bouygues Construction, faire du Grand Paris une grande métropole sportive et attractive se joue au quotidien comme dans des lieux exceptionnels.

Au quotidien, l'objectif de Linkcity est d'offrir des lieux de pratique sportive intégrés aux lieux de vie, que ce soit sous des formes complètement ouvertes, accessibles à tous et gratuites avec des parcours sport-santé-nature, que nous développons à Sevran Terre d'eaux, et de culture autour d'un grand parc écologique ou dans le nouveau quartier de Parcs en scène à Orly et Thiais. Dans un esprit d'hybridation, un nouveau centre UCPA (Union nationale des Centres sportifs de Plein Air), couplé à une auberge de jeunesse, ouvrira ses portes en 2022 à Paris 19ème dans le premier quartier zéro carbone : Îlot Fertile. On y trouvera des cours de padel-tennis, badminton, squash, des espaces de fitness et une salle d'escalade.



© LINKCITY



Lise Mesliand, Directrice  
déléguée Projets urbains -  
Linkcity



© LINKCITY

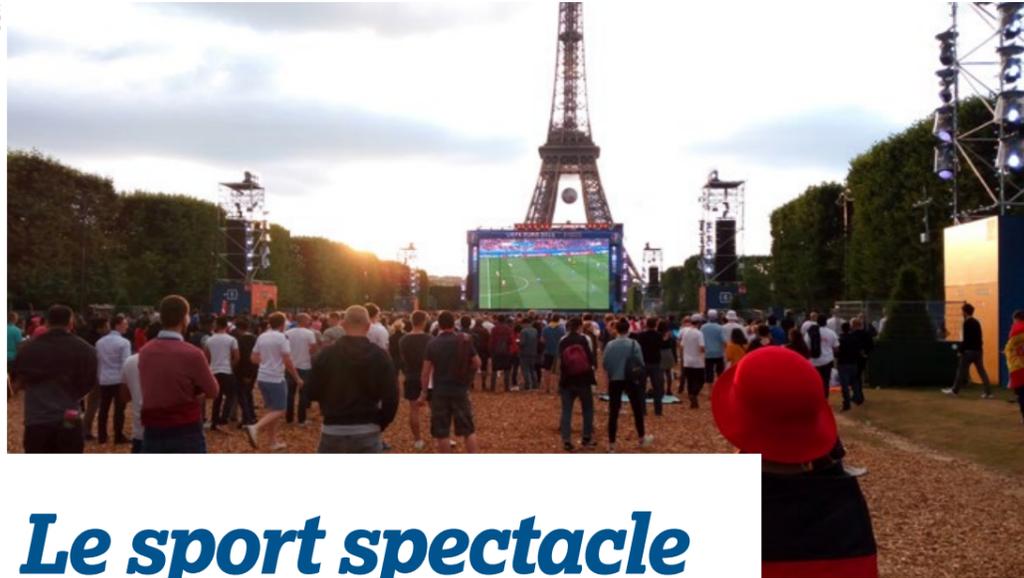
La Scène  
digitale ouvrira  
ses portes en  
2025 à Thiais.

## POUR L'EXCEPTIONNEL, LA SCÈNE DIGITALE EST LE PARFAIT EXEMPLE : TEMPLE DE L'E-SPORT ET ÉCOSYSTÈME OUVERT SUR LA VILLE

La Scène digitale ouvrira ses portes en 2025 à Thiais à proximité immédiate de l'aéroport d'Orly, de la ligne 14 et d'une gare TGV au cœur d'un quartier multifonctionnel, en création, sur près de 50 hectares. Cet équipement d'envergure, unique en Europe, réunira dans une même unité architecturale, conçue par l'agence "Rogers Stirk Harbour + Partners", l'ensemble des fonctions essentielles à la constitution d'un cluster propice à la pratique de l'e-sport tant dans ses dimensions récréatives, compétitives, créatives, professionnelles qu'amateurs. La Scène digitale permettra l'organisation de compétitions d'e-sport de tous formats, dans une Arena modulable pouvant accueillir de 400 à 2 500 spectateurs, mais aussi l'accueil du public dans un mall regroupant des commerces dédiés à l'informatique, aux jeux vidéo ou à la réalité virtuelle ainsi que des bars et restaurants ouverts sur l'espace public. Les compétiteurs ainsi que leur public pourront être hébergés dans un hôtel lifestyle de 150 chambres et les professionnels du jeu vidéo installeront leurs bureaux dans des surfaces prévues à cet effet. Des clubs d'e-sport dédiés à la pratique amateur ainsi qu'une ou plusieurs équipes professionnelles feront de la Scène digitale leur stade de résidence à l'image des équipes de sports collectifs. Enfin, l'e-sport étant une discipline très regardée par live stream, des studios de production et de diffusion de niveau professionnel équiperont l'Arena. Ces éléments seront tous articulés autour d'un grand atrium, véritable place de quartier, qui permettra à la Scène digitale de vivre avec tous ses publics tout au long de la semaine et à tout moment de la journée. La Scène digitale permettra ainsi l'établissement d'un nouveau standard pour l'Arena du XXI<sup>e</sup> siècle. ●

Lise Mesliand, Directrice déléguée Projets urbains - Linkcity

© DR

Euro 2016 -  
les parisiens  
supportant  
l'équipe de  
France

## Le sport spectacle dans ma rue

Une ville sportive, pour rayonner, ne doit pas uniquement compter sur ses grands clubs, leurs sportifs renommés et leurs résultats internationaux. Bien sûr, ces éléments sont essentiels mais comment être reconnu comme "Capitale Mondiale du sport" si la population ne "respire" pas le sport ?

**En Angleterre**, bon nombre de villes ferment une partie des commerces chaque semaine durant le match du club local pour permettre à tout le monde de vivre le rendez-vous hebdomadaire. Les rues sont festives et décorées aux couleurs du club de la ville, proposant une image et des souvenirs mémorables aux touristes alors présents. Ces moments sont fédérateurs, rapprochent les citoyens et créent une culture sportive au sein de la ville. C'est cette culture qui construit l'image internationale d'une ville sportive et qui la crédibilise au moment de candidater pour l'accueil de Grands Événements Sportifs Internationaux. C'est cette même culture qui va attirer plus de touristes souhaitant vivre un séjour qu'on ne vit nul part ailleurs. À l'aube d'organiser la Coupe du monde de rugby (2023) et les Jeux Olympiques et Paralympiques (2024), la population grand parisienne est déjà mobilisée, impatiente et saura démontrer sa ferveur aux yeux du monde.

### COMMENT CES MOMENTS DE COMMUNION S'INSCRIVENT-ILS DANS LA VILLE, SON HISTOIRE ET SA CULTURE ?

Les Grands Événements créent des moments de partage, de convivialité et mélangent les individus sans distinction aucune. Quel souvenir lors du Championnat d'Europe de football en 1984 et le premier sacre au Parc des Princes de l'équipe de France emmenée par Michel Platini ! Quel souvenir ensuite en 1998, cette fois-ci au Stade de France et la consécration ultime pour les Bleus de Zinédine Zidane lors de la Coupe du Monde de football ! L'équipe "black, blanc, beurre" a laissé son empreinte pour toujours dans la capitale et au regard du monde entier.

L'organisation et les victoires lors de ces grandes compétitions sont d'autant plus marquantes par les distinctions individuelles qui en suivent. En effet, les deux protagonistes cités, Platini et Zidane, ont tous deux remporté le Ballon d'Or l'année de leur victoire respective, faisant rayonner la France un peu plus. En 2001, les "Costauds" (surnom des handballeurs français cette année-là) remportent à leur tour le titre mondial au Palais omnisports de Paris-Bercy (aujourd'hui Accor Arena). La même année, au Mans, les joueuses tricolores remportent le championnat d'Europe de basket-ball.

Ces quatre victoires sur le sol français ont un point commun : elles ont regroupé les foules. Également, hormis la performance sportive inévitable, elles démontrent que l'engouement lié à l'événement à domicile a de réels effets positifs sur les sportifs, plaçant le supporter comme acteur de sa ville et de son pays. Plus largement, elles ont permis de gagner en visibilité à chacun des sports concernés et à la pratique sportive dans sa globalité. Elles ont construit des idoles, poussant les plus jeunes à se licencier dans les clubs, favorisant un effet d'entraînement. ●

L'équipe "black, blanc, beurre" a laissé son empreinte pour toujours dans la capitale et au regard du monde entier.



© PHILIPPE ROOS

# Les transports, pour faciliter l'accès aux pratiques sportives



© DR



Jean-François Monteils.

© JACQUES PAQUIER

Inauguration  
de Steffie,  
1<sup>er</sup> tunnelier  
de la ligne 15  
sud.

## PRÈS DE 2 000 ÉQUIPEMENTS SPORTIFS À PORTÉE DU GRAND PARIS EXPRESS »

**Formidable atout de mobilité, le Grand Paris Express monte en puissance. Aujourd'hui, nos 130 chantiers tournent à plein régime. 14 tunneliers creusent en simultané, mobilisant plus de 8000 compagnons.**

Depuis la création de la Société du Grand Paris, il y a dix ans, les étapes s'enchaînent pour organiser le débat public et la concertation autour de la définition du tracé, préparer les conditions juridiques de sa mise en œuvre puis construire les ouvrages, poser les rails, livrer les premiers trains d'essai, organiser les mobilités et les espaces publics autour des futures gares. Car c'est bien là le défi majeur que doit relever le Grand Paris Express : participer à l'émergence d'une métropole plus agréable, plus juste, plus équilibrée. Une ville qui laisse davantage d'espace à la marche et au vélo. Une ville qui favorise le lien, le partage, les rencontres. Une ville qui facilite l'accès de tous aux universités, à l'emploi, aux centres de santé, à la culture. Dans cette ville en pleine mutation, le sport a naturellement une place de choix. Facteur de dépassement individuel et de cohésion, il profitera pleinement de l'arrivée du métro, au-delà même de la desserte du village olympique qui s'effectuera à Saint-Denis Pleyel. Tout d'abord parce que le Grand Paris Express va faciliter l'accès aux quelque 1 900 équipements sportifs (terrains de grands jeux, dojos, patinoires, piscines, gymnases, courts de tennis...) recensés aux abords des 68 gares qui jalonnent ce nouveau réseau. Pour

assister à une compétition au Vélodrome national, un habitant de Massy aura besoin de 19 minutes pour gagner la gare de Saint-Quentin sur la ligne 18, là où il lui faut 1h12 en transport en commun actuellement. Pour un Balbynien, se rendre au Stade de France ne prendra que 10 minutes grâce à la ligne 15, contre 27 aujourd'hui avec la ligne 5 puis le RER B. En moins de cinq minutes, depuis Créteil l'Echat, un supporter de l'US Créteil pourra prendre place au Palais des sports Robert-Oubron, à deux pas de la gare de Vert-Maisons. Mais le Grand Paris Express va également révolutionner la vie des clubs amateurs ou professionnels. « Avec le Grand Paris Express, nous aurons la possibilité de faire venir à nous des joueurs de toute l'Île-de-France », témoigne Paul Durand, entraîneur du Flash de La Courneuve, club de football américain. L'aventure du nouveau métro est à la fois un sprint, un marathon et un 3 000 mètres steeple dont les obstacles souvent souterrains apparaissent au milieu des marnes et des gypses. Nous partageons avec les champions qui enflamment les stades cette nécessité du dépassement de soi, cet engagement de chaque instant, malgré les aléas, cette fierté d'œuvrer pour les générations qui viennent. Ce n'est pas un hasard si les enfants d'Aubervilliers ont choisi de donner le nom de Sarah à l'un des tunneliers du Grand Paris Express. Sarah en hommage à Sarah Ourahmoune, boxeuse française la plus médaillée, dont les victoires arrachées sur le terrain social n'ont rien à envier aux combats livrés sur les rings. C'est pour cela que le sport nous transporte. Et c'est pour cela que nos équipes sont à l'œuvre, sans relâche. ●

Jean François Monteils, Société du Grand Paris

Le sport est un formidable vecteur de cohésion dans les entreprises, d'inclusion dans les quartiers, et de développement dans les territoires.

© DR

# LE SPORT AU SERVICE DE LA SOCIÉTÉ

Tribune

# Elisabeth Borne, Ministre du Travail, de l'emploi et de l'insertion

Les activités physiques et sportives sont facteurs d'émancipation et de cohésion pour les individus, les entreprises et même les territoires. C'est la raison pour laquelle, le Président de la République a annoncé l'investissement de 250 millions d'euros pour rénover ou créer 5000 équipements sportifs de proximité, d'ici à 3 ans. L'objectif est d'abord d'encourager la pratique sportive du plus grand nombre, dans une logique de santé publique. Il s'agit ensuite de tirer le maximum de bénéfices des grands événements sportifs à venir, comme la Coupe du monde de Rugby 2023, ou les Jeux Olympiques de Paris 2024. Dans ce contexte, le rôle du Ministère du Travail, de l'Emploi et de l'Insertion est de préparer ces échéances, en développant les liens vertueux qui existent entre sport et travail. Pour cela, je sais pouvoir compter sur les atouts immenses du Grand Paris, qui doit pousser son avantage en vue de devenir LA capitale mondiale du sport. Pour atteindre cet objectif, le Grand Paris doit pleinement saisir le potentiel de l'économie du sport, tant en termes de bien-être, de compétences, que de gisements d'emplois.

## Le sport en entreprise est d'abord source de bienfaits, aussi bien pour les employeurs que les employés.

En effet, la pratique des activités physiques et sportives en milieu professionnel est un facteur de santé au travail et de prévention des risques professionnels. Dans les services, elle permet de lutter contre les effets de la sédentarité, comme les maladies cardiovasculaires, les diabètes ou certains cancers. Dans les métiers de la manutention

ou du BTP, les échauffements et les étirements permettent de réduire les troubles musculo-squelettiques.

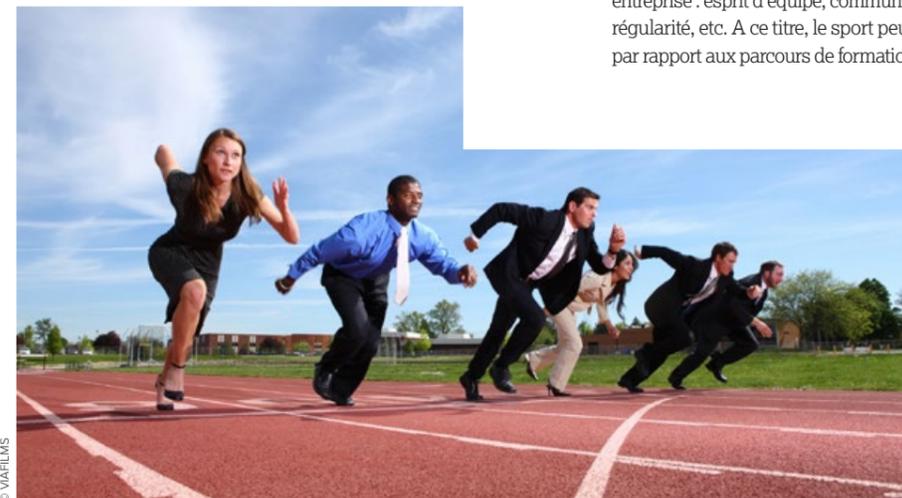
Le sport au travail est aussi un facteur de bien-être pour les salariés, et donc de performance et d'attractivité pour les employeurs. Selon l'OMS, les programmes d'activité physique en milieu de travail peuvent réduire de 6 à 32 % les congés maladies, et donc l'absentéisme. En parallèle, la crise sanitaire a renforcé la prise de conscience du rôle bénéfique du sport en entreprise et aux abords du lieu de travail. Une pratique sportive facilitée et intégrée à la vie professionnelle peut donc jouer un rôle crucial en matière de marque employeur auprès des jeunes actifs.

Les décideurs publics et privés doivent répondre aux nouvelles attentes des travailleurs, qui voient de plus en plus l'entreprise et les quartiers d'affaires comme des lieux de vie. C'est tout le sens de la loi du 2 août 2021, qui permet aux Services de prévention et de santé au travail (SPST) de promouvoir les activités physiques et sportives auprès des salariés. C'est aussi le sens du Plan vélo, que j'ai lancé à la sortie du confinement en 2020, pour faciliter la pratique du vélo sur le trajet domicile-travail, dans la droite ligne des préconisations de la loi d'orientation des mobilités (LOM) de 2019.

## Ensuite, le sport est un facteur très fort d'inclusion pour des publics éloignés de l'emploi, comme les jeunes décrocheurs.

En effet, il permet de mobiliser des compétences clés de la vie en entreprise : esprit d'équipe, communication, leadership, goût de l'effort, régularité, etc. A ce titre, le sport peut constituer un levier intéressant par rapport aux parcours de formation et d'accès à l'emploi classiques.

Le sport est un secteur qui génère des opportunités d'emploi considérables, aussi bien dans les « métiers cœur du sport » que dans des métiers supports ou issus d'autres secteurs.



© VAFILMS



© DR

Au ministère du Travail, de l'Emploi et de l'Insertion, nous avons souhaité encourager les structures utilisant le sport comme un levier d'insertion professionnelle. Dans le cadre du Plan d'investissement dans les compétences (PIC), et de deux appels à projet, « Repérage des invisibles » et « 100 % inclusion », nous avons pu soutenir près d'une centaine de projets utilisant le sport comme levier d'inclusion des publics les plus vulnérables. C'est notamment le cas dans les quartiers prioritaires, où les acteurs du sport témoignent souvent d'une forte mobilisation sur laquelle nous devons capitaliser, qu'il s'agisse des clubs, des fédérations sportives ou des associations.

## Enfin, le sport est un secteur qui génère des opportunités d'emploi considérables, aussi bien dans les « métiers cœur du sport » que dans des métiers support ou issus d'autres secteurs.

En effet, les métiers du sport sont en forte croissance depuis 15 ans, et concernent environ 237 000 emplois dans le cadre de la filière. Dans ce contexte, le Ministère du Travail, de l'Emploi et de l'Insertion aide les acteurs du sport à anticiper les besoins en compétences, en vue de bâtir les formations qui permettront aux actifs de garder la maîtrise de leurs parcours professionnels. C'est tout le sens de notre soutien aux démarches prospectives engagées par les branches, avec leurs Opérateurs de compétences AFDAS et Akto, en vue de cartographier les métiers du sport et de structurer la filière des « Grands événements culturels et sportifs ». Parce que ces emplois touchent un public jeune, nous voulons aussi capitaliser sur le succès du plan « 1 jeune, 1 solution », et développer les formations dans le secteur. Nous avons ainsi encouragé

les emplois Sésame, qui permettent d'accompagner 6000 jeunes défavorisés vers une qualification en vue d'un emploi dans le sport. Les Parcours emplois compétences (PEC), l'apprentissage et plus généralement tous les dispositifs de formation en alternance sont également mobilisés pour former aux métiers d'entraîneur, de coach, de kiné, etc.

Au-delà, le sport génère des externalités positives pour les secteurs de l'équipement, du tourisme, de l'hôtellerie-restauration, de l'événementiel, de la sécurité ou encore de la logistique. Or, ces secteurs vont être de plus en plus sollicités à l'approche des grands événements, ce qui justifie qu'ils soient au cœur de notre Plan de réduction des tensions de recrutement. C'est aussi l'objectif du plan BTP, qui depuis janvier 2021, permet de constituer les viviers de compétences nécessaires à la construction des ouvrages olympiques et paralympiques. En parallèle, l'effort massif d'investissement dans la formation des demandeurs d'emploi, dans le cadre du Pacte signé avec la Région Ile-de-France, priorise les formations en lien avec l'échéance des Jeux Olympiques de Paris 2024, notamment dans les secteurs de la propreté, de la logistique et des transports. Indéniablement, le sport est un formidable vecteur de cohésion dans les entreprises, d'inclusion dans les quartiers, et de développement dans les territoires. Si le Grand Paris parvient à créer les conditions d'une pratique sportive la plus large possible, alors je suis convaincue qu'il aura tous les atouts pour devenir la Capitale mondiale du sport. ●

Elisabeth BORNE



## Répondre aux nouvelles attentes

La sédentarité gagne les Franciliens, tout particulièrement dans la zone métropolitaine. Ce changement est dû à la période moderne où la nature des emplois et des déplacements impactent le temps libre des individus et bousculent les emplois du temps de chacun.

**Depuis quelques années,** le sport a changé de nature. Les clubs doivent innover dans leurs propositions d'activités, dans leur offre d'horaires et d'organisation. Il faut répondre à une demande nouvelle qui s'étale tout au long de la vie. Les habitants veulent renouer avec la nature, retrouver des espaces et des temps plus doux, ils ne recherchent pas seulement la pratique d'une discipline cloisonnée, ils veulent « picorer », pratiquer sans contraintes.

Les clubs omnisports, du fait de la multiplicité des activités et des disciplines qu'ils proposent, sont bien placés pour innover, pour développer ces activités nouvelles apportées de plus-value. Le concept de littératie physique recouvre assez bien le travail en cours, visant à proposer une offre sportive la plus large possible.

Eduquer les plus jeunes : l'école multisports pour les enfants, permettant par une approche ludique la découverte du corps, l'apprentissage de la motricité, la sociabilité et la découverte de l'autre, le vivre ensemble, le couple coopération « solidarité/compétition » et une première vision des types d'activité et des potentiels propres à chaque discipline.



Gérard Perreau Bezouille,  
Président de la Fédération  
Française des Clubs  
Omnispports

Les grands clubs omnisports sont les acteurs incontournables de la métropole, créant ainsi un véritable maillage du territoire.

**Accompagner les séniors :** l'activité troisième âge, ou encore les clubs séniors, pour favoriser la poursuite de l'activité physique autour d'activités spécifiques, souvent de plein air, en association avec des composantes culturelles et un personnel encadrant spécialisé.

**Favoriser l'accès à toutes et tous :** les activités dites de santé qu'elles soient de maintien en forme ou de réparation, en club ou au sein de centres spécialisés.

**Assouplir la pratique :** les activités à la séance, offrant une meilleure flexibilité et une gestion des réservations simplifiée, notamment grâce au développement d'applications mobiles dédiées.

Tout se réinvente, se reconstruit, se remodèle, quand on part bien de la réalité des besoins.

C'est tout au long de la vie, par des approches renouvelées que le sport se régénère et continue de répondre aux besoins et aspirations, apportant bienfaits, plaisir et réparation.

Les grands clubs omnisports sont les acteurs incontournables de la métropole, créant ainsi un véritable maillage du territoire. Ils contribuent à son attractivité par la diversité des activités proposées. Souvent fondés au début du siècle dernier, ils ont acquis une expérience, disposent d'un personnel formé, bien encadré. Ils ont tissé les partenariats nécessaires avec d'autres acteurs locaux tels que les mairies, les écoles, les centres de loisirs, les hôpitaux et centre de santé, les EHPAD, etc. Porteurs d'une vision humaniste et transverse du sport, ils construisent le sport de demain.

Leur fédération, la Fédération Française des clubs omnisports et son comité régional, sont là pour les conseiller, les former, mutualiser les expériences, impulser les mutations et animer le réseau ainsi constitué. ●

Gérard Perreau Bezouille,  
Président de la Fédération Française des Clubs Omnispports

## Accompagner le sport, vecteur d'initiatives collectives et d'entrepreneuriat



« Entraide et prospérité mutuelle » est la devise traditionnelle du Judo.

Avec pour métier le soutien aux entrepreneurs via notamment le développement des dynamiques entrepreneuriales des territoires, quotidiennement nous éprouvons la force des liens entre le sport et l'entrepreneuriat.

**Déjà au travers des partenariats sportifs,** le sport renforce notre ancrage territorial ; par ailleurs, il est naturellement une source d'inspiration pour les dimensions individuelles et collectives qu'il porte ; enfin des entrepreneurs innovants développent des technologies capables de transformer les pratiques sportives et le secteur du sport. C'est donc bien plus que la métaphore sportive, et ses corollaires pour l'entrepreneur, qui attire notre attention.

À chaque fois que l'allégorie sportive est invoquée au sein de l'entreprise, ce n'est pas le bricolage d'un imaginaire mou qui parvient à catalyser l'énergie au sein des organisations. C'est la manière dont ces valeurs s'incarnent dans des femmes et des hommes qui donnent corps à cet état d'esprit tant convoité. Ippon Technologies, cabinet de conseil en technologie fondé par Stéphane Nomis – entrepreneur, ancien judoka de l'équipe de France et aujourd'hui Président de la fédération de Judo – illustre superbement ce principe. « Entraide et prospérité mutuelle » est la devise traditionnelle du Judo qu'il rappelle comme principe d'action et boussole invitant à l'union harmonieuse des forces. Cet esprit irradie au-delà de l'entreprise florissante et,

sous l'impulsion des salariés, se retrouve au cœur de la Fondation Ippon qui lutte contre la fracture numérique et travaille à l'insertion professionnelle des sportifs de haut niveau.

L'innovation est aussi essentielle au développement du sport. De nombreuses entreprises se saisissent de cet enjeu à la veille des Jeux de Paris 2024. Elles développent des innovations technologiques capables d'optimiser les pratiques ou de faciliter les usages des communautés de sportifs, amateurs et professionnels. À titre d'exemple, Bakary Kamara a fondé Tibtop en inventant un protège-tibia connecté qui analyse les performances du footballeur. Il a obtenu des aides de Bpifrance et est aussi très largement soutenu par la région Normandie fière de sa pépite normande qui regorge d'un fort potentiel à l'export. Dans un autre registre, Teed Up est un réseau social permettant aux personnes seules, sportives ou non, de se connecter pour progresser ensemble. Hébergée au Carburateur - une Fabrique à entreprendre soutenue par Bpifrance -, l'entreprise et son fondateur Simon Kuster prouvent que la volonté de créer des communautés de pratiques en favorisant la rencontre est une réelle opportunité pour le mouvement sportif. C'est non seulement du lien social qui se tisse dans les territoires, mais c'est aussi l'occasion de faire se rencontrer les licenciés et les adeptes des pratiques non encadrées, les pratiquants en salle et les sportifs qui investissent l'espace public et les lieux du sport informel. Enfin, une manière d'envisager nos "Accélérateurs" est d'y voir des écoles d'entraînement appliquant les ficelles du sport à la formation des entrepreneurs. La cohésion et l'émulation collective, la recherche de performance, la montée en compétences du collectif, l'accompagnement individualisé, ce sont entre autres les ingrédients que l'on y retrouve. Parmi nos opérateurs partenaires pour mettre en œuvre nos programmes d'accélération dédiés aux quartiers, il y a les Déterminés. L'association déploie partout en France des promotions "d'accélérés". En septembre 2021, l'association a organisé la Déter Cup, un tournoi sportif inter promos qui a plusieurs mérites : renforcer la cohésion parmi les membres, susciter un sentiment d'appartenance au territoire d'origine mais aussi à l'association des Déterminés, faire vivre les valeurs au sein du collectif. ●

Ahmed Bouzouaid,  
Direction de la création et de l'entrepreneuriat Bpifrance



# Faites du sport, venez au travail !

## LE SPORT, LONGTEMPS CONSEILLÉ MAIS PEU ENCOURAGÉ AU TRAVAIL

Les premiers marqueurs du sport en entreprise remontent au début du XX<sup>e</sup> siècle. À cette époque, le secteur de l'automobile prend conscience du rôle récréatif et divertissant du sport. L'une des plus belles réussites est celle de la famille Peugeot, qui a fondé en 1928 le club de football du FC Sochaux-Montbéliard et qui détenait il y a encore quelques années le plus grand nombre de saisons disputées au sein de l'élite.

Aujourd'hui, bon nombre d'entreprises mettent en avant les bienfaits du sport, se présentant comme ouvertes à la pratique d'une activité physique sur le lieu de travail. Sa mise en œuvre relève cependant d'un autre challenge.

Il est encore bien souvent « mal vu » par l'employeur de s'absenter durant le temps de midi pour aller faire un footing ou se rendre à son cours de gym. Pourtant, les effets positifs du sport sur le bien-être et indirectement sur la productivité des salariés obligent à repenser l'organisation du travail avec une prise en compte systématique de la pratique sportive.

D'après l'étude menée par Statista en 2019, le taux d'absentéisme au travail relevé en 2018 a atteint 5,1 % contre 4,7% en 2017. Cela représente un jour et demi d'absence supplémentaire par salarié. Une augmentation encore plus flagrante si l'on se penche sur les arrêts longue durée chez les moins de 40 ans : ils ont augmenté de 23 % en un an.

L'idée n'est pas de passer moins de temps à la tâche de travail mais plutôt de faciliter la pratique sportive en la proposant sur le lieu de travail. De quoi proposer un réel facteur de différenciation et doper ainsi l'attractivité des entreprises : 63 % des salariés français souhaiteraient en effet que leur entreprise leur propose des services permettant la pratique d'une activité physique. ●

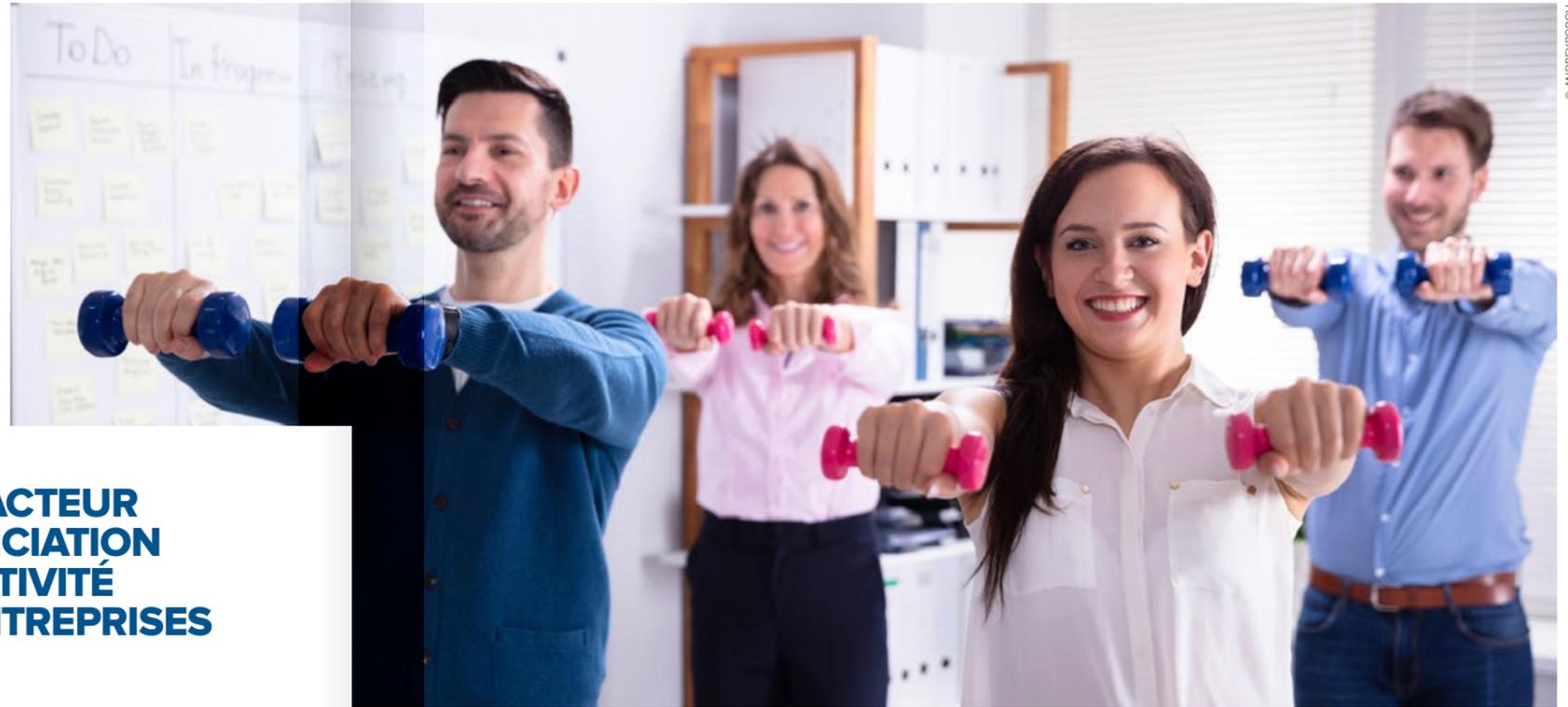
## NOUVEAU FACTEUR DE DIFFÉRENCIATION ET D'ATTRACTIVITÉ POUR LES ENTREPRISES

La concurrence étant de plus en plus rude lorsqu'il s'agit de dénicher les talents, les entreprises françaises commencent à intégrer cette réflexion dans leur démarche de bien-être des salariés. Mais proposer des activités physiques lorsque le sport n'est pas historiquement ancré dans les normes de l'entreprise n'est pas toujours chose aisée. Pour accompagner les entreprises, l'Etat français a entamé un vaste chantier visant à promouvoir les bienfaits du sport au travail.

Des mesures légales ont été prises. Au premier rang desquelles, l'exonération des charges sociales liées à l'indemnité kilométrique vélo. Cette mesure vise à inciter les salariés à se rendre au travail à vélo plutôt qu'en voiture ou en transports en commun. Une baisse de l'impôt sur les sociétés est également accordée aux entreprises mettant des vélos à disposition de leurs salariés. Plus récemment, en novembre 2020, le Sénat a voté un amendement permettant de ne plus assimiler les dépenses des entreprises permettant la pratique sportive des salariés comme un avantage en nature. En ce sens, il est désormais plus simple pour une entreprise d'accorder des avantages liés au sport à ses salariés. Le label "entreprise sportive" est également un moyen de pousser les entreprises à aménager leurs locaux et à accompagner la pratique sportive.

Pour atteindre les objectifs fixés, l'Etat a notamment fait appel à la Fédération Française du Sport d'Entreprises qui a récemment lancé la plateforme « @work ». Le dispositif a pour but de fournir aux entreprises une solution clé en main, en mettant à leur disposition des coachs professionnels ainsi que le matériel nécessaire à la bonne pratique d'une activité physique sur le lieu de travail. Pour les entreprises qui ne disposent pas d'espaces sportifs dédiés, la fédération propose également de mettre des salles à disposition.

Un nouveau marché émerge ainsi depuis quelques années avec des acteurs/entreprises qui se spécialisent sur cette offre de service. La crise sanitaire vécue depuis le début de l'année 2020 n'a fait qu'accroître cette dynamique, motivant les entreprises à faire appel à ce type de service pour conserver une interaction entre les salariés, pour la plupart isolés par le télétravail. ●



## ADAPTER LES ENTREPRISES À LA PRATIQUE SPORTIVE : FINLANDE ET SUÈDE, LES PRÉCURSEURS

### LES FREINS AU DÉVELOPPEMENT DU SPORT EN MILIEU PROFESSIONNEL

Malgré les effets directs de la pratique sportive en termes économiques et d'emplois, ou de potentialités plus larges en matière d'attractivité des organisations et des espaces dans lesquels elles sont localisées, des freins persistent aujourd'hui au développement et à la généralisation de ces pratiques. Du point de vue des salariés, outre le manque de temps, souvent évoqué, l'un des principaux blocages est la libre disposition du temps. Il est évidemment beaucoup moins délicat d'articuler son temps de travail et son temps sportif lorsque l'on est cadre que lorsque l'on est ouvrier. D'après une étude du MEDEF - CNOSF, plus une entreprise est grande, plus ses salariés ont de facilités à pratiquer une activité physique. Il existe également des freins culturels propres à la France, en particulier une culture très développée du présentisme, ou encore une propension à faire du sport généralement moindre que dans les pays scandinaves par exemple. Ces barrières seraient plus facilement surmontables si les locaux étaient adaptés et que le manque d'équipements sportifs sur le lieu de travail (ou à proximité) était comblé.

La Suède, en exemple, est précurseur dans la mise en place d'une séance d'activité physique sur son temps de travail. Certaines entreprises suédoises comme Björn Borg ou Kalmar Vatten rendent

Aujourd'hui, bon nombre d'entreprises mettent en avant les bienfaits du sport, se présentant comme ouvertes à la pratique d'une activité physique sur le lieu de travail. Sa mise en œuvre relève cependant d'un autre challenge.

obligatoire la participation de chaque salarié à une séance de sport chaque semaine. Sans amener le sujet aussi loin, bon nombre d'entreprises financent en partie la pratique sportive de leurs salariés, avec des subventions allant jusqu'à 500€ par personne. Nous voyons ce genre de démarche également en France mais de manière encore trop marginale.

Le Canada est également un pays où l'intégration et la valorisation du sport en entreprise est fortement présente, avec une mise en avant des bienfaits physiques et mentaux sur les collaborateurs. Et pour preuve, la certification « Entreprise en Santé » est reconnue au niveau national et permet aux entreprises canadiennes auditées de voir leur engagement certifié et reconnu.

### DÉMOCRATISER ET INCITER LA PRATIQUE SPORTIVE DES SALARIÉS

La Fédération Française du Sport d'Entreprise (FFSE) a été créée en 2003 pour développer des activités physiques et sportives pérennes pour la santé et le bien être des collaborateurs et la performance des entreprises. Elle est membre du Comité National Olympique et Sportif Français et agréée par le ministère chargé des Sports pour mener à bien cette ambition.

<https://fr.statista.com/infographie/11000/absenteeisme-au-travail-en-france/>

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK305049/>

<https://www.united-heroes.com/blog/loi-sport-societe-impact-entreprise>

&gt;&gt;&gt;

**LES ACTIONS DE LA FÉDÉRATION S'ORIENTENT  
DANS TROIS DOMAINES**

La formation en prévention santé mais également des équipes de médecine du travail, demandeurs d'emplois ou éducateurs sportifs professionnels pour mieux appréhender les spécificités des entreprises).

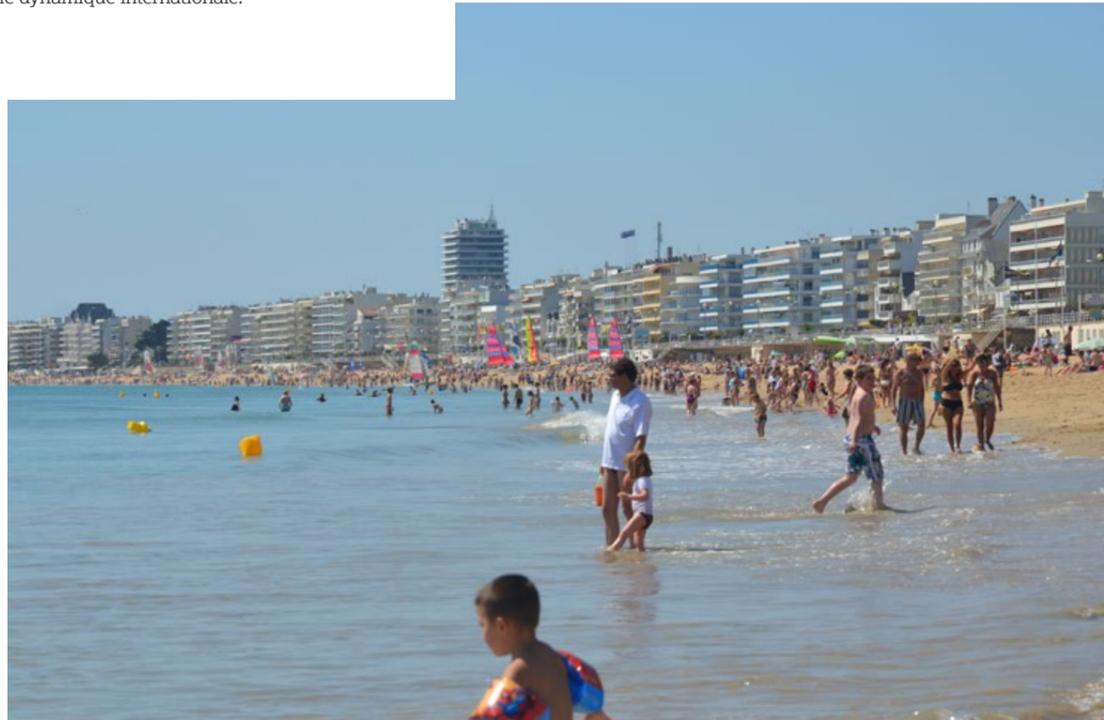
La réponse à des interrogations spécifiques pour aider des entreprises à développer des activités physiques ponctuelles ou régulières dans leur environnement (lancement de produit, valorisation de sites, manifestation de cohésion, action pour le bien-être, communication...) L'organisation de manifestations sportives inter-entreprises permettant de donner un objectif à une pratique régulière. Ces manifestations peuvent être très locales (tournoi disciplinaire, courses de la diversité, challenges divers) ou d'ampleur plus importante (jeux nationaux, européens ou mondiaux du sport d'entreprise).

La Fédération Française occupe une place à part dans le paysage international du sport et du sport d'entreprise en particulier. Actuellement, elle est la seule fédération sportive française (avec la Fédération Française de Football Américain) dont le président, Didier BESSEYRE, est président de la fédération nationale (depuis 2009), de la fédération européenne (depuis 2003) et de la fédération mondiale (depuis sa création en 2014).

Elle doit cette originalité à l'activité diversifiée qu'elle déploie, à son implication sur le terrain sociétal ainsi que dans le paysage européen. La « Course de la diversité », qui met en avant les dimensions de la diversité en entreprise, a ainsi été développée depuis 2020 au plan mondial à travers l'organisation d'une course digitale internationale durant les restrictions liées aux conditions sanitaires.

Les deuxièmes jeux mondiaux du sport d'entreprise organisés en 2018 à La Baule réunissaient 6 000 participants et participantes venant de 50 pays différents et présentaient l'originalité de proposer des activités non compétitives plus intégratrices. L'organisation en 2018 des premiers jeux mondiaux des avocats à Paris a également permis d'enclencher une dynamique internationale.

Les deuxièmes jeux mondiaux du sport d'entreprise organisés en 2018 à La Baule réunissaient 6 000 participants et participantes venant de 50 pays différents et présentaient l'originalité de proposer des activités non compétitives plus intégratrices.



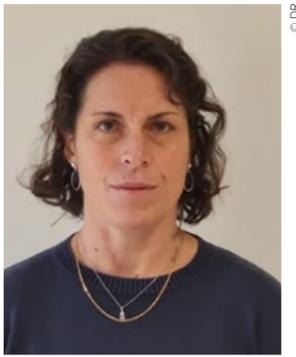
Frédéric Delannoy, Directeur Technique National de la Fédération Française du Sport en Entreprise



La présence de la FFSE et de la fédération européenne sur de nombreux projets européens, en partenariat avec l'Union Européenne, constitue également un point de repère international. Les derniers travaux portent sur la place des femmes dans les responsabilités sportives en s'appuyant notamment sur l'expertise et l'expérience des femmes cheffes d'entreprises comme sur la création d'une certification européenne pour valoriser les entreprises actives afin d'inciter leurs collaborateurs à pratiquer des activités physiques. La création récente par la FFSE d'une solution pour faciliter et sécuriser l'accès à des pratiques physiques diversifiées pour les salariés des entreprises du territoire (@workbyffse.fr) a également rayonné au plan international. Certaines entreprises d'Océanie ou d'Europe ont d'ailleurs sollicité son déploiement sur leur territoire. La volonté de la fédération de proposer des réponses sportives aux attentes multiples des entreprises suscite l'intérêt et la sollicitation de nombreuses autres nations amies. ●



© JACQUES PAQUIER



Audrey Prieto, Présidente de l'US Métro

**LE RÔLE DU SPORT  
AUPRÈS DES PLUS  
ÉLOIGNÉS**

**L'US Métro est un club omnisports fondé par quelques agents de la Compagnie du Métro Parisien en 1928 et est aujourd'hui une branche à part entière de la RATP (Régie Autonome des Transports Parisiens).**

**Primitivement**, quelques sections sportives voient le jour telles que l'athlétisme, la boxe, le cyclisme, le football, la natation, le rugby et le tennis. Aujourd'hui au nombre de 27, elles sont le cœur de l'US Métro. Sur le plan sportif durant le XX<sup>ème</sup> siècle, l'US Métro va conquérir ses premiers grands titres nationaux et internationaux, à la fois chez les hommes et chez les femmes. Grâce à son développement sportif et ses titres, l'US Métro fait partie intégrante des clubs les plus actifs du siècle précédent. Le club souhaite maintenant se tourner vers une politique de sport pour tous sans délaisser ses champions de demain.

**RAPPROCHER LE SPORT VERS LES QUARTIERS POLITIQUES**

Une des priorités du club consiste à proposer des activités physiques dans les Quartiers Politique de la Ville (QPV). Afin de répondre à cette problématique, l'US Métro a mis sur pied un projet de sport itinérant en partenariat avec les collectivités, les bailleurs sociaux et les acteurs de la ville. Le concept est simple, un camion s'installe au pied des immeubles de ces quartiers et déploie des équipements sportifs de qualité pour proposer 4 heures de sport (boxe, danse, parcours fitness, badminton) aux locataires des bailleurs sociaux, mais aussi aux salariés sur leur lieu de travail ou aux écoles qui ne possèdent pas d'installations sportives. Ces actions ont déjà eu lieu dans certaines municipalités comme à Boissy-Saint-Léger ou à Meudon par exemple.

**ACCOMPAGNER LES PLUS JEUNES**

L'activité physique des enfants fait partie intégrante de la vie du club. Pour cela, le club peut compter sur son École des sports. L'École propose plus d'une vingtaine de disciplines aux enfants âgés de 6 à 14 ans au Parc des Sports de la Croix de Berny (Hauts-de-Seine) pour leur faire découvrir le sport et ses valeurs. Un second projet, nommé "Perisco", devrait voir le jour en 2022 avec pour objectif de proposer des activités sportives périscolaires dans les écoles primaires.

**ACCESSIBILITÉ ET INCLUSION**

A Paris, seulement 1 200 sportifs ont une licence en sport adapté, parasport ou handisport. Au regard de ce total, trop faible, la Ville de Paris s'est fixée pour objectif de quadrupler le nombre de licenciés d'ici à 2024. Le développement de la pratique pour tous est au cœur des volontés de l'US Métro avec pour axe majeur, la démocratisation du handisport et l'ouverture d'un pôle dédié dans chacune de ses sections sportives.

Plus qu'un engagement, on peut désormais parler de véritable conviction du côté des dirigeants. En intégrant officiellement le réseau des clubs paraccueillants de la Ville de Paris, le club affirme sa volonté de mettre en avant les activités sportives adaptées.

Cela fait déjà quelques années que l'US Métro a mis en place des activités sportives adaptées permettant notamment l'accueil de personnes atteintes de déficiences visuelles au sein des sections escalade et athlétisme ou encore l'accueil de personnes polyhandicapées en équitation. Par ses nouvelles actions, l'association qui compte aujourd'hui 5 000 adhérents veut élargir son offre en rendant toutes ses disciplines accessibles et inclusives.

Justement, la problématique de l'inclusion est également prise en main avec l'ouverture des pôles handisports dans les clubs. Forte du partenariat avec l'association ODAAS (Objectif Diversification Autour d'Actions de Sensibilisation, nldr), l'US Métro œuvre pour permettre aux personnes en situation de handicap de s'insérer plus facilement dans la société. Cette association est mobilisée sur nos événements, par exemple dans le cadre de la Journée Olympique et Paralympique, et intervient auprès des jeunes afin de les sensibiliser au handicap.

**CRÉER UNE PASSERELLE ENTRE SPORT ET EMPLOI**

Un projet est né de ce partenariat. Il consiste à construire une passerelle entre le sport et le monde du travail pour que toute personne en situation de handicap et adhérente du club, puisse passer par l'US Métro pour trouver du travail plus facilement. Avec le développement du sport au travail, de nombreux points d'ancrage sont possibles pour que ces entreprises puissent engager des personnes en situation de handicap.

Nous mettons en relation les athlètes et adhérents avec nos référents en ressources humaines au sein de la RATP pour faciliter l'accès à l'emploi. C'est donc, dans un premier temps, grâce à leurs démarches et à leurs compétences sportives que ces personnes vont accéder à des postes au sein de la RATP. Une collaboration avec "Pass Sport pour l'Emploi" existe également et permet aux adhérents en recherche d'emploi de se former aux métiers du sport.

Le sport et l'activité physique sont tous deux d'excellents moyens d'intégration et de création de liens sociaux pour tous. Les projets actuels et futurs sont tout naturellement tournés vers une volonté de promouvoir le sport pour toutes et tous, partout. ●

Audrey Prieto, Présidente de l'US Métro

## L'INCLUSION, PAR LE SPORT, DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

**Comme nous le disait Marie-Amélie Le Fur, présidente du Comité Paralympique et Sportif Français, « un territoire parfait » pour la pratique sportive des personnes handicapées est un territoire où ces personnes se sentent libres de pratiquer, sans devoir débours des sommes qui ne sont pas acceptables, avec un encadrement et un accompagnement adapté. Soit en inclusion, soit dans certains cas avec leurs pairs. Et évidemment un territoire avec un accès plus large à la citoyenneté pour les personnes handicapées ».**

La France a accumulé un retard concernant l'encadrement et le développement de la pratique sportive adaptée aux personnes en situation de handicap. Des financements pas toujours en adéquation avec les besoins des personnes concernées, un manque de formation du personnel encadrant ou tout simplement une offre plus diversifiée et accessible à tous, sont les principales lacunes sur lesquelles la France et en premier lieu le Grand Paris, doit s'améliorer.

Le manque de médiatisation est également flagrant, avec une diffusion télévisée bien moins importante que dans d'autres pays tels que l'Allemagne, l'Angleterre ou encore les Etats-Unis. Plus clairement, en France, aucune compétition intermédiaire n'a été diffusée entre les Jeux de Rio 2016 et les Jeux de Tokyo 2020. Démocratiser la pratique sportive adaptée peut être une première étape pour mettre fin à une invisibilisation du handicap. Valoriser l'adaptation des personnes handicapées plutôt que de les exclure des schémas classiques apparaît primordial pour avancer vers une pratique sportive égalitaire.

### VECTEUR DE RENCONTRES, CRÉATEUR DE LIEN SOCIAL

Marie-Amélie Le Fur le constate, "de manière générale en France on est gêné avec cette question du handicap. Les personnes en situation de handicap étaient longtemps placées dans des centres dédiés et reclus, qui n'étaient pas en centre-ville. Tout cet historique conditionne les mentalités. Ce cloisonnement est en train de changer, avec une école qui devient de plus en plus inclusive.

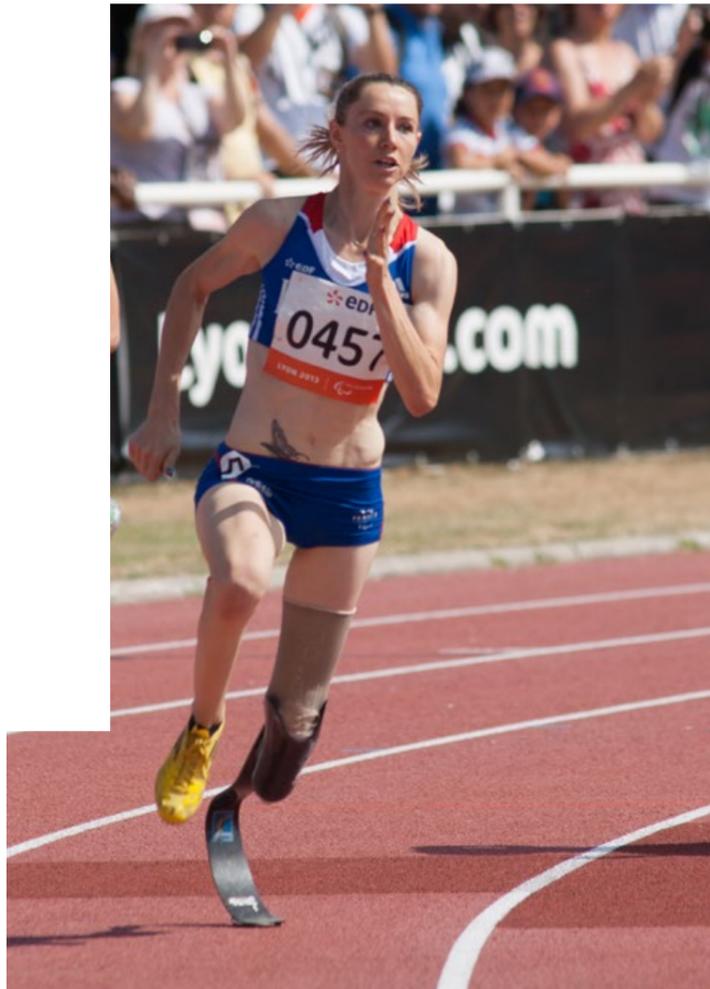
Marie-Amélie Le Fur, lors des mondiaux à Lyon en 2013, elle devient triple vice-championne du monde : elle obtient la médaille d'argent sur les 100 mètres, 200 mètres et le saut en longueur.



© NICOLAS DUPREY / CD 78

Plus les villes seront handi-accessibles, plus elles permettront aux personnes en situation de handicap d'accéder à la citoyenneté (loisirs, travail, culture, sport...) et plus le regard de la société sur la personne se déplacera de la déficience vers l'adaptation. On n'en est pas encore à la mentalité anglaise où, quand on voit une personne en situation de handicap on ne voit pas la déficience mais la capacité à s'adapter ».

**Marie-Amélie Le Fur**  
(Présidente du Comité Paralympique et Sportif Français (CPSF)  
et membre du team EDF)



© MARIE-AMÉLIE LEFUR



© CARLOS ANESTA

Pour améliorer les performances sportives ou la sécurité, les équipes R&D d'EDF développent des matériels adaptés à l'usage des athlètes handisport avec, à la clé, des idées pouvant bénéficier au plus grand nombre.

## QUEL RÔLE POUR LES GRANDES ENTREPRISES ?

**Le sport, aussi bien pour les personnes valides que pour les personnes en situation de handicap, favorise la confiance en soi. Il permet les rencontres mais également le développement de nouvelles compétences, qu'elles soient physiques ou cérébrales.**

Le regard des personnes valides sur les personnes en situation de handicap, tant dans la vie de tous les jours qu'au travail, est encore trop souvent négatif. Bien que des progrès aient été faits en ce sens, une personne handicapée doit encore démontrer plus que les autres. La pratique d'une activité physique va sortir la personne handicapée de la case dans laquelle elle est injustement rangée et ainsi, casser les barrières et les a priori.

Le handisport va mettre en avant le potentiel de chacun, de chacune. Ce n'est pas l'humain qui s'adapte au sport mais bien le sport qui prend en compte les contraintes liées au handicap du sportif. Sous cet angle, la personne handicapée retrouve de l'espoir, voit qu'il existe des possibilités dans le milieu sportif et qu'il en existe certainement dans le milieu professionnel.

### UNE POLITIQUE HANDICAP AMBITIEUSE

Comme le mentionne la Fédération Française Handisport, "le sport est un vrai levier d'intégration sociale. Par la multiplication et la qualité des relations qu'il induit autant parce qu'il génère comme démarches pour pratiquer. Pour aller à la salle ou sur le terrain de jeu, une personne en situation de handicap est souvent amenée à contourner des difficultés. Cela va l'inciter à trouver des solutions. (...) Le sport devient un accélérateur et un catalyseur pour faciliter la vie quotidienne. Par exemple, la meilleure maîtrise du fauteuil, nécessaire pour progresser en sport, est forcément un atout dans la vie."

Les mentalités vis-à-vis du handicap doivent changer. Pour cela, l'exemple doit venir des grandes entreprises. EDF est l'une des entreprises françaises à avoir pris les devants, créant dès 1992 sa "Team EDF". Cette équipe mêle sportifs valides et sportifs en situation de handicap.

"EDF s'engage pour favoriser leur recrutement, par le biais d'une politique handicap ambitieuse et pionnière s'appuyant sur un accord handicap Groupe." Son soutien (logistique, financier, actions de sensibilisation, etc.) auprès de la Fédération Française Handisport marque également cet engagement fort pour développer le handisport dans sa globalité. L'entreprise porte aussi une forte volonté à l'innovation en faveur du handisport. Pour améliorer les performances sportives ou la sécurité, les équipes R&D d'EDF développent des matériels adaptés à l'usage des athlètes handisport avec, à la clé, des idées pouvant bénéficier au plus grand nombre.

C'est par ce genre d'initiative de démocratisation, mettant au premier plan sur un pied d'égalité sportifs valides et sportifs en situation de handicap, que le handicap ne sera plus perçu comme un frein, ni à l'embauche, ni dans la société en général.



© EDF

# Le Sport dans l'éducation



## LE GRAND PARIS, CENTRE NÉVRALGIQUE DE LA CONNAISSANCE SPORTIVE

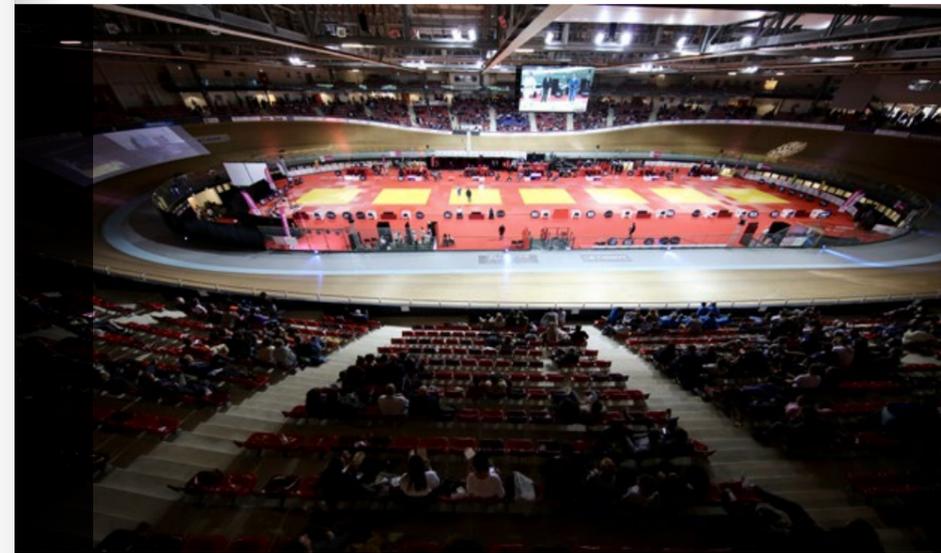
**Le Grand Paris, 8 millions d'habitants, 131 communes réparties dans 6 départements, première puissance économique nationale, première place financière du pays, pôle compétitif international de la recherche et du développement, attracteur de capitaux tout autant que de touristes. Le Grand Paris a des arguments à revendre, c'est indéniable.**

Mais la raison qui nous intéresse aujourd'hui est sa capacité à drainer, et ce depuis plus d'un siècle, toute une communauté de passionnés et d'intéressés par les événements et les problématiques sportives. C'est simple, le Grand Paris a toujours été synonyme de sport. Sur ce territoire de plus de 800 km<sup>2</sup>, on a pu assister à une coupe du Monde de football, à des compétitions de rugby, d'escalade, d'équitation, d'athlétisme, de hockey sur glace et, très prochainement, pour la deuxième fois de son histoire, des Jeux Olympiques d'été, l'événement phare par excellence. Dès 2024, le monde entier aura les yeux rivés sur la ville lumière et ses alentours. Des milliards de téléspectateurs vont frissonner devant les exploits de centaines de sportives et de sportifs, pendant toute la quinzaine, et rester admiratifs devant cette olympiade, ô combien importante.

Le Grand Paris a toujours été synonyme de sport.

### RÉSEAUX D'INFLUENCE

Tout le mérite en revient au savoir-faire et à la compétence des organisateurs, de tous les acteurs, des bénévoles jusqu'aux dirigeants, en passant par les petites mains et les agents, les cadres, chargés de faire subvenir et pérenniser l'événement, ainsi que tous les autres. Ce melting-pot compétitif tire profit d'une expérience depuis longtemps accumulée. Le Grand Paris dispose en effet d'une densité très importante de centres universitaires et de centres d'études supérieures connus et reconnus à travers le monde. Depuis toujours, Paris a été présenté comme le centre névralgique de la connaissance sportive, a été capable de former les cadres les plus compétents dans tous les domaines dédiés au sport, a construit un modèle d'organisation, allant des fédérations aux instances, en passant par les clubs professionnels et les associations sportives. Ce n'est pas pour rien, d'ailleurs, qu'en plus de tous les événements cités, on y trouve encore le siège de la fédération internationale d'automobile ou de l'UNESCO, dont une partie est dédiée au développement du sport, et que la FIFA, après l'avoir quittée dans les années 1920, compte revenir dans la capitale pour y installer une antenne. La France et ses membres brillent par leurs compétences, leurs savoir-faire, leurs connaissances et leurs réseaux d'influence.



A échelle nationale, selon les derniers chiffres délivrés par le ministère du sport, le secteur représenterait près de 80 milliards d'euros de retombées économiques et générerait plus de 400.000 emplois

Nulle part ailleurs on retrouve une telle densité d'information. L'ensemble met en place un formidable cercle vertueux où l'accumulation de l'expérience et des échanges participent à une bonification de la réputation et de la force de frappe. Plus Paris grandit, plus Paris attire et plus Paris s'affirme. C'est précisément ici que la Sport Management School, jeune école de management du sport, créée en 2010, s'inscrit. Elle n'est qu'une entité à l'ensemble, qu'un rouage à cette formidable circulation des connaissances et de l'information et participe, pleinement, à la formation de l'excellence sportive et directionnelle. En formant les futurs cadres dynamiques du secteur, la SMS contribue à cette histoire qui lie le Grand Paris avec le sport.

### 2,5 MILLIARDS DE SPECTATEURS

Chaque année, la demande est de plus en plus importante et l'exigence d'excellence se fait sentir. Parce que Paris brille, Paris se doit d'être à la hauteur de ces espérances. C'est l'objectif des écoles dédiées au management sportif, pouvoir assurer la formation de la future génération qui reprendra le flambeau de l'excellence d'organisation, de gestion et de gouvernance du sport et de toute son économie. Il faut dire que son poids n'est pas négligeable. A échelle nationale, selon les derniers chiffres délivrés par le ministère du sport, le secteur représenterait près de 80 milliards d'euros de retombées économiques et générerait plus de 400.000 emplois, allant de la vente au conseil, en passant par la gestion, la direction et l'administration. Son poids

et sa contribution est à comparer avec le secteur de la culture, allant de 2 à 4 % du PIB total. Tout le monde est concerné et tout le monde doit donc répondre aux attentes.

Et cet objectif sera encore plus renforcé et souligné avec l'organisation des Jeux Olympiques de Paris, qui reste, à ce jour, l'événement le plus populaire et le plus médiatisé du monde, avec plus de 2,5 milliards de téléspectateurs à chaque cérémonie d'ouverture. Paris a une réputation à défendre, la qualité des centres d'études assureront et garantiront ce point, et gagnera encore en crédibilité, et donc en demande de main d'œuvre, passé 2024. La toile est donc tissée. A nous de prendre les devants et d'être prêts pour ce dessein. ●



David Mignot,  
Directeur Académique  
Sports Management  
School



Chaque année, la demande est de plus en plus importante et l'exigence d'excellence se fait sentir.



# SPORT & INNOVATION

A la croisée de tous les secteurs sociaux, le sport représente un formidable moyen de mutualiser les compétences des différents acteurs pour avancer vers une pratique plus égalitaire mais également plus performante et créatrice d'externalités positives pour l'ensemble du Grand Paris.

© DR

# Le sport, accélérateur d'innovations technique et champ d'expérimentation privilégié

## LES ENJEUX DE SYNÉRGIE DU CLUSTER GRAND PARIS SPORT

**Avec le lancement de Cluster "Grand Paris Sport", présidé par Hakim Khellaf, le territoire Grand Paris Sud est dans cette dynamique. En projet de fond, la création d'un Campus Grand Paris Sport permettrait au Grand Paris et à la France de disposer, enfin, d'un pôle identifié en faveur du développement sportif.**

A la fois projet d'aménagement de territoire qui porte l'enjeu majeur de la transition écologique et sociale et projet sportif, le Campus Grand Paris Sport s'inscrit dans la volonté affirmée d'une politique sportive ambitieuse et innovante. Cette politique vise le développement du sport, le haut niveau et la performance, du sport-santé et bien-être en passant par la pratique amateur pour participer à l'émergence d'une nation sportive.

Le Cluster Grand Paris Sport vise à fédérer les acteurs du sport, de la recherche, de l'éducation, de la formation, de la santé, de l'innovation et de l'économie pour faire émerger ensemble un modèle innovant et ainsi inscrire le sport français dans une nouvelle ère, celle des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 et au-delà. Nous sommes des mélangeurs d'ambitions, de talents, et accélérateurs de l'histoire qui doit permettre un nouveau modèle sportif, de manière expérimentale, à la France. Il faut voir le développement du sport au-delà de la simple lecture de l'événementiel.

### LE SPORT EST UNE POLITIQUE PUBLIQUE QUI DOIT ARMER LES TERRITOIRES DANS LEUR DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE.

#### La recherche

La première action accompagnée par le Cluster a été la création d'une Unité Mixte de Recherche (UMR) : le Laboratoire de Biologie de l'Exercice pour la Performance et la Santé (LBEPS) au 1er janvier 2020. Cette structure a permis de mobiliser les acteurs de la recherche, comprenant l'Université d'Évry Paris-Saclay, l'Institut de Recherche Biomédicale des Armées (IRBA), en coopération avec le Centre d'Études et de Recherches sur l'Intensification du Traitement du Diabète (CERITD) et avec le soutien de Genopole. L'objectif du Laboratoire est d'améliorer à long terme les performances des sportifs français. Le Cluster a également permis la création de deux Masters internationaux et d'une école doctorale internationale.

#### La santé

Le Ministère de la santé, en 2019 et 2020, a lancé deux appels à projet afin de créer 500 maisons labellisées Sport-Santé, en France, d'ici 2022. Ces maisons Sport-Santé s'adressent principalement aux personnes qui souhaitent (re)prendre une activité physique et sportive avec un accompagnement spécifique, ainsi qu'à des personnes souffrant de maladies chroniques ou d'affection de longue durée. Ces typologies de sportifs peuvent pratiquer une activité physique adaptée, sécurisée et encadrée par des professionnels formés.

Le Cluster a aidé l'agglomération Grand Paris Sud à accueillir une maison sport-santé. Ce nouvel établissement permet de rassembler



A la fois projet d'aménagement de territoire qui porte l'enjeu majeur de la transition écologique et sociale et projet sportif, le Campus Grand Paris Sport s'inscrit dans la volonté affirmée d'une politique sportive ambitieuse et innovante.

l'ensemble des métiers et installations, permettant d'améliorer la qualité de pratique sportive et surtout, un accès pour toutes et tous à une activité physique. Une clinique des Sports, des activités physiques adaptées (APA) ainsi que du sport sur ordonnance et enfin des plateaux de réathlétisation sont également inclus dans le projet.

#### Le développement économique

L'Incubateur est un programme dédié aux startups spécialisées dans le sport. Il a été lancé en 2019, en collaboration avec l'Agglomération Grand Paris Sud et Institut Mines-Télécom Starter (IMT Starter), incubateur de startups spécialisées dans le numérique, commun aux trois grandes écoles Institut Mines-Télécom Business School (IMT-BS), ENSIIE et TélécomSud Paris. Neuf startups sont actuellement accompagnées.

#### La formation

Une volonté forte émane au centre de ce cluster : impliquer les élèves du territoire et les sensibiliser à l'histoire du sport, aux enjeux sociaux qu'il représente mais aussi aux notions et compétences qu'il apporte au sein d'un parcours professionnel, au sein d'une vie. Les différents projets ont permis d'aborder les thèmes du racisme, de l'antisémitisme et des valeurs de l'Olympisme mais également de mettre en relation des personnalités du monde sportif et plus de 400 élèves en 2020 autour du sujet « en quoi le sport m'a fait grandir ». A plus long terme, le Cluster Grand Paris Sport développe et enrichit les projets pédagogiques des écoles, notamment sur la thématique de l'égalité hommes/femmes dans le sport et sur l'histoire et les valeurs de l'Olympisme.

Le but est d'aboutir vers « le sport vecteur de formation pluridisciplinaires » en fédérant les différents acteurs pour créer un Campus Grand Paris Sport (sur l'hippodrome d'Evry). Avoir en un même lieu les acteurs du sport, de la santé, de la recherche, de l'innovation, de l'économie, etc. sera une première en France. Fédérer les talents, offrir des perspectives solides de développement sportif, créer un modèle performant et durable d'ici Paris 2024, permettre des opportunités économiques, voici les enjeux auxquels il faut répondre. ●

**Hakim Khellaf,**  
Président délégué du Cluster Grand Paris Sport





## L'INNOVATION, UN TREMPLIN POUR FAIRE DE PARIS LA CAPITALE MONDIALE DU SPORT

**La mise en avant de l'innovation dans le sport à Paris a été l'un des atouts pour la candidature de Paris 2024. Elle renforce l'idée fondatrice du Tremplin, plateforme d'innovation pour le sport, selon laquelle la capitale française peut s'imposer comme le centre névralgique des startups du sport dans le monde.**

Les planètes sont alignées pour faire de Paris la capitale mondiale de la sporttech. Le Tremplin, premier incubateur au monde dédié au sport a été créé en 2015 par Paris&Co, l'agence de développement économique et d'innovation de Paris et de sa métropole. Le Tremplin rassemble les startups – plus de 100 incubées depuis son lancement, les acteurs institutionnels et les grandes entreprises du secteur. Sur sa septième promotion, accueillie en février 2020, une grande proportion des candidatures provient de structures internationales, démontrant l'attractivité du territoire et du sport en France. Les solutions sélectionnées ont le potentiel d'accélérer sur le long terme la transformation des organisations et institutions sportives afin qu'elles deviennent plus digitalisées, plus responsables et donc plus durables. Depuis 2017, l'institut SportechX, propose une analyse annuelle des impacts économiques et financiers des startups dans le monde du sport. L'investissement dans ces structures a plus que doublé en cinq ans au niveau mondial et ne montre aucun signe de ralentissement. L'Europe compterait deux fois plus d'incubateurs dédiés aux sports et aux technologies que l'Amérique du Nord, dont Le Tremplin de

### Le Tremplin – chiffres clés (2020)

- 700 emplois créés
- 25 M€ de chiffre d'affaires généré et 170 M€ levés par les startups en 2019

Paris&Co, Platform A d'Adidas à Paris et le Pack à Lyon, ainsi que des structures comme Ad'Occ Sport à Montpellier, Sport Unlimitech et le GIE France Sport Expertise ou encore le cluster Grand Paris Sport. En 2019 est né le premier fonds d'investissement français dédié, Sport & Performance Capital. En outre, la plateforme d'innovation Level 256 de Paris&Co porte le sujet de l'innovation dans l'e-sport, un marché très prometteur dans les années à venir.

### 10 % DES STARTUPS EUROPÉENNES SONT FRANÇAISES

La France regroupe 10 % des startups spécialisées dans le sport en Europe - soit 3 % à l'échelle mondiale - avec environ 1 200 startups, juste après le Royaume-Uni (20%), leader en Europe. Elles réalisaient, en 2019, 145 millions d'euros de chiffre d'affaires cumulés et affichaient une croissance annuelle moyenne de plus de 40 %. D'après l'observatoire de la sporttech réalisé par Le Tremplin en 2021, le secteur compte 56 000 emplois en Europe en 2021 dans 4 741 startups, contre seulement 24 000 en 2018 (voir ci-contre). En France, la plupart de ces jeunes pousses sont rassemblées au sein du collectif French SporTech créé en 2019. Tous les segments – amateurs, professionnels et fans – de la sporttech française sont en forte croissance : +42 % par an entre 2011 et 2018, tirés principalement par le segment professionnel. En cumulé, le marché de la sporttech représente 1,5 et 2 milliards d'euros en France. Dans le détail, 18 startups réalisent un chiffre d'affaires annuel de plus d'un million d'euros, parmi lesquelles Gymlib qui propose des offres de sport pour les salariés, Sporteasy pour la gestion des équipes pour les clubs, McLloyd spécialisé dans les trackers mesurant la performance, sans oublier Vogo, entrée en bourse en 2018, toutes les quatre issues du Tremplin.

Toutes ces initiatives et bien d'autres, visent un objectif collectif pour 2024 : permettre l'accès à la pratique sportive régulière pour tous, qui est un facteur de santé, de bien-être mais aussi d'insertion et d'inclusion. C'est le cas d'« Impact 2024 », un appel à projets récurrent à destination des acteurs du monde sportif, associations et collectivités qui portent des projets innovants utilisant le sport comme outil d'impact social. La Ville de Paris s'est également engagée en 2019 dans une stratégie d'innovation durable et inclusive pour favoriser la mise en œuvre du programme héritage des Jeux, à travers le soutien à la création par Paris&Co de l'incubateur HUA! (Handic'Up Access), dédié à l'innovation technique et sociale au service des personnes en situation de handicap et de leurs aidants. Les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 seront en ce sens un véritable catalyseur pour rayonner sur l'ensemble de la société française. ●

**Loïc Dosseur**, Directeur Général Paris&Co

<https://www.parisandco.paris/>  
<https://letremplin.parisandco.paris/>



© PARIS&CO



© TIMO VERDELL

## LEVEL 256 : PLATEFORME DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DÉDIÉE À L'E-SPORT

**L'e-sport a toujours été un point culminant de l'innovation. D'abord parce que son objet est un bien numérique. Ensuite, parce qu'il s'adapte à un public sans cesse renouvelé. Enfin, parce qu'il fait vivre une expérience unique au spectateur, que ce dernier soit derrière son écran ou dans les gradins d'un stade ou d'une salle de spectacle.**

L'e-sport est vecteur d'innovation. Preuve en est, la facilité qu'a eue le secteur à dématérialiser ses compétitions depuis 2020 : alors que le sport et les événements culturels ont été stoppés (en raison de la pandémie), les compétitions d'e-sport ont quant à elles perduré, en se jouant à distance et en étant diffusées en ligne. À ce titre d'ailleurs, les audiences Twitch, plateforme sur laquelle l'e-sport est très présent, ont augmenté de plus de 50 % selon Médiamétrie durant le premier confinement (2020).

Outre la dématérialisation des événements, l'e-sport est réputé pour proposer des shows scéniques originaux avec de nombreuses technologies : hologrammes, réalité virtuelle, réalité augmentée... Les acteurs du secteur savent particulièrement animer un événement

Outre la dématérialisation des événements, l'e-sport est réputé pour proposer des shows scéniques originaux avec de nombreuses technologies : hologrammes, réalité virtuelle, réalité augmentée...

ou un stream à l'image des cérémonies d'ouverture des finales des Worlds de League of Legends de 2017 ou 2019 incluant la réalité augmentée et des techniques holographiques dans leurs shows. Ce caractère innovant fait de l'e-sport une source d'inspiration indéniable pour l'univers de l'événementiel culturel ou sportif. Grâce aux technologies et à l'aspect numérique de la discipline, l'e-sport pourrait servir de modèle pour ces secteurs. Les technologies et les jeux e-sportifs permettraient alors d'adresser un public plus jeune et d'initier de nouvelles pratiques comme celle du sport connecté. La réalité virtuelle ou la réalité augmentée pourraient être duplicables, tout comme les technologies de fan rewards pour fidéliser les fans et les récompenser. Le rewarding existe déjà dans le milieu sportif mais l'e-sport va plus loin, fort d'une communauté particulièrement engagée. Les grands événements sportifs ou culturels doivent donc se servir des idées des professionnels de l'e-sport pour faire vivre une expérience unique à l'utilisateur, grâce à des activations digitales pour avoir une plus large visibilité.

>>>

&gt;&gt;&gt;

### NOMBRE DE CES SOLUTIONS SONT D'AILLEURS DÉVELOPPÉES PAR DES ENTREPRISES FRANÇAISES !

Level 256 est la première plateforme mondiale de développement économique et d'innovation dédiée à l'e-sport, ayant pour but de démocratiser la pratique via sa plateforme de développement de jeunes entreprises et sa Maison de l'E-sport. Fleuron de l'innovation dans ce domaine, elle accueille des entreprises prometteuses et dont les solutions sont répliquables dans l'événementiel.

C'est le cas notamment de la startup Fanprime, qui a récemment levé 2,1 millions d'euros. Fanprime propose une solution en marque blanche permettant aux clubs de récompenser leurs communautés de fans sur les plateformes. Déjà appliquée dans l'e-sport (avec l'équipe e-sportive MCES, alumni Level 256), la solution se duplique aisément dans le domaine sportif pour fidéliser une communauté. On pourra également citer Gamifly, passée par Level 256 et qui révolutionne l'expérience interactive des fans aussi bien dans le monde de l'e-sport que celui du sport ou du spectacle. L'outil permet d'animer une communauté, d'engager des fans et de monétiser les audiences via des solutions de merchandising : une gamification intéressante. Ces solutions pourraient être utilisées dans des stades sportifs ou dans des festivals de musique par exemple.

Autre domaine d'expertise pouvant facilement se dupliquer dans de grands événements : la production de contenus et la captation audiovisuelle. C'est le cas de Gozulting ou de One Trick Production, incubées chez Level 256 et qui disposent d'une expertise pointue dans leur domaine.

Enfin, parce que l'e-sport recouvre aussi un but ludique et parce qu'il permet d'attirer un public jeune et diversifié, des jeux en réalité virtuelle ou en réalité augmentée pourraient bien dessiner le paysage du sport connecté de demain. C'est le cas de Hado Sport, présent dans la Maison de l'E-sport. La règle du jeu est simple : une balle aux prisonniers en réalité augmentée, accessible à tous, qu'ils soient jeunes, adultes, personnes en situation de handicap, sportifs... Ces jeux sont des activations simples à mettre en œuvre et qui ont certainement de beaux jours devant eux, compte tenu de leur facilité d'adaptation et du développement du sport connecté.

Il'e-sport est une thématique d'avenir et une source d'inspiration des secteurs plus ancrés comme le sport ou la culture. A de nombreux égards, les avancées technologiques se font plus nombreuses, plus rapides dans ce secteur éminemment numérique, permettant ainsi d'expérimenter nombre de solutions toujours plus innovantes. Grands événements, comptez sur l'e-sport ! ●

Emeline Guedes, Level 256



© DR

Level 256 est la première plateforme mondiale de développement économique et d'innovation dédiée à l'e-sport.



© TIMO VERDELL

# Innovation, facteur de différenciation

## COMMENT CRÉER UN AVANTAGE COMPARATIF POUR LE GRAND PARIS ?

Alors que la France a conforté en 2020 son positionnement international en étant pour la 2<sup>ème</sup> année consécutive la première destination des investissements directs étrangers en Europe, le sport peut être un vecteur du renforcement de notre attractivité et de notre image à l'international.

La France est un acteur majeur du sport grâce à ses entreprises du secteur reconnues mondialement, son expertise technique pour la formation de sportifs et en étant une terre d'accueil de grands événements sportifs internationaux depuis des décennies. De prochains événements emblématiques, comme les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 et la Coupe du Monde de Rugby 2023 s'ajouteront aux rendez-vous internationaux déjà bien installés tels que Roland Garros ou le Tour de France.

Le sport est à la fois porteur et capteur d'innovation, que cela soit dans les produits et les infrastructures mais aussi les compétences ou encore dans les modes d'organisation des événements publics. Le sport va désormais s'épanouir dans des environnements propices à l'innovation. Avec de belles levées de fonds déjà réalisées comme celles de Vogo (20,3 millions d'euros), Gymlib (14 millions) ou Sport Heroes (12 millions) la Sportech française est en train de bouleverser le monde du sport et va permettre l'éclosion de nouveaux outils, de nouvelles solutions et de nouvelles tendances. Le Grand Paris offre une concentration de tous les acteurs de l'innovation : centres de formation et recherche, incubateurs. Cet écosystème engendrera un cercle vertueux attractif. L'incubateur parisien, Le Tremplin, l'un des incubateurs pour le sport des plus en vue en Europe, participe déjà à cette nouvelle dynamique.

© DR



Marie-Cécile Tardieu,  
Directrice Générale Déléguée  
Business France

Avec 17 clubs de première et deuxième divisions (football, handball, rugby, volley-ball, handball) ou encore 900 sportifs de haut niveau, le Grand Paris concentre la haute performance, qui est à la fois le précurseur pour les développements à venir et la vitrine de tous les sports. De même, Grand Paris est la localisation privilégiée du secteur audiovisuel, facteur de l'expansion du sport.

Image : Accueil de la FIFA à Paris - Choose-France

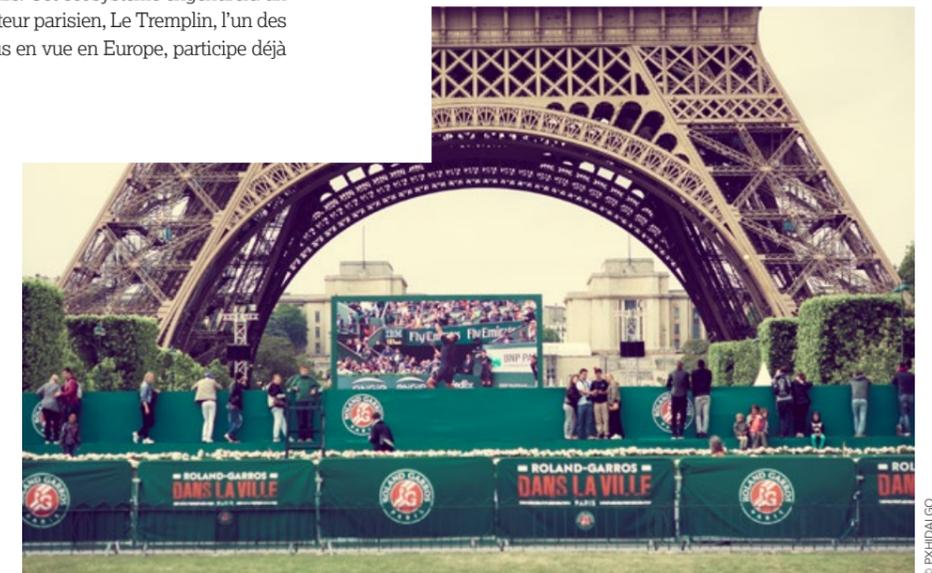
Dans une compétition mondiale aux talents, les conditions de vie des salariés et leurs familles sont désormais des critères déterminants du choix de résidence. Le développement des infrastructures sportives et de l'offre pour la pratique sportive dans l'espace du Grand Paris apportera des atouts décisifs pour un meilleur équilibre santé / travail. Les salariés à haut potentiel seront d'autant plus enclins à s'installer en France.

En tant qu'agence d'Etat pour l'internationalisation de l'économie française, Business France accompagne les entreprises françaises à l'étranger en identifiant les marchés porteurs, attire des acteurs réputés pour investir dans nos actifs sportifs et territoires, fait connaître nos écosystèmes innovants.

Notre pays pourra, plus encore, tirer parti des nombreuses opportunités de développement offertes par le sport grâce à la dynamique insufflée par le Grand Paris, lieu de déploiement de l'avenir du sport et vitrine exceptionnelle de ce que la France peut offrir de meilleur. ●

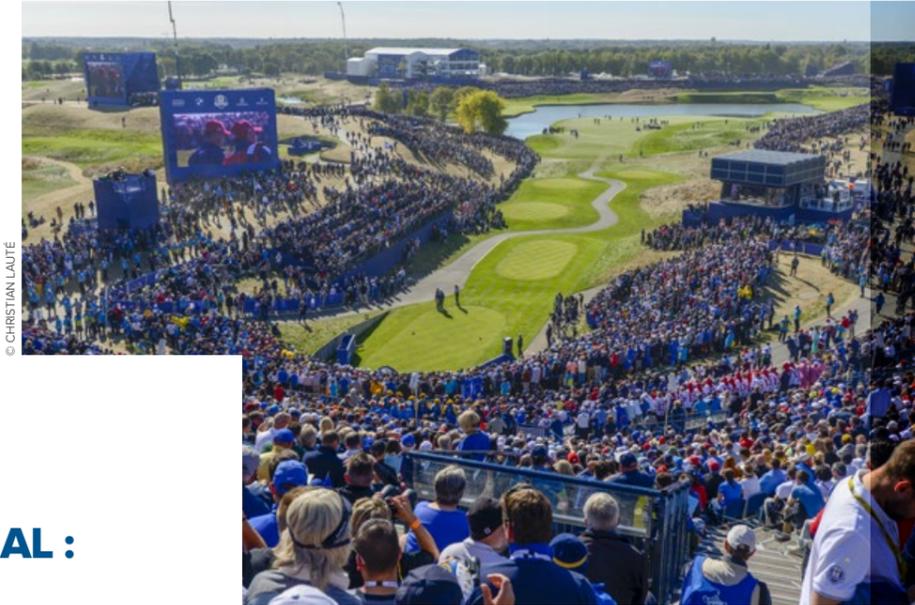
Marie-Cécile Tardieu,  
Directrice Générale Déléguée Business France

Le sport peut être un vecteur du renforcement de notre attractivité et de notre image à l'international.



© FXHIDALGO

Les références de Natural Grass feraient rêver n'importe quel apprenti footballeur.



## INNOVER ET S'IMPOSER À L'INTERNATIONAL : L'EXEMPLE NATURAL GRASS

**PSG, Olympique Lyonnais, Monaco, Arsenal, et même le Real Madrid. Les références de Natural Grass feraient rêver n'importe quel apprenti footballeur. Mais plutôt que la balle aux pieds, c'est davantage dans la confection de pelouses de haut niveau qu'excellent les équipes de l'entreprise. Fournisseur de surfaces sportives aux plus grands clubs européens, Natural Grass doit son succès initial à une technologie maison baptisée 'AirFibr'.**

L'excellence pour la pratique du football donc, mais aussi d'autres sports engazonnés. L'entreprise parisienne bichonne également les terrains du XV de France, au Centre National de Rugby de Marcoussis et a équipé des stades japonais en vue de la dernière coupe du monde de rugby au Japon en 2020. Avec sa filiale New Green, elle a également travaillé sur la rénovation du Golf National de Saint-Quentin-en-Yvelines qui a accueilli en 2018, la légendaire Ryder Cup.

« Avec AirFibr, nous proposons une pelouse 100 % naturelle, mais enracinée dans un substrat breveté qui garantit des conditions de jeu parfaites pendant l'année. »

### DE LA GENÈSE DU PROJET À LA « SUCCESS STORY » INTERNATIONALE

À l'origine, la vie de Bertrand Picard n'a pourtant pas été rythmée par la fréquentation assidue des club-house et autres vestiaires. La précédente vie du fondateur de Natural Grass s'accomplissait plutôt dans l'univers plus feutré du conseil en entreprise à Londres. Le déclic naîtra de l'écoute des problématiques de ses clients, plusieurs clubs de football de Première League.

« J'ai réalisé qu'il y avait une opportunité à proposer des solutions innovantes à ces équipes, toutes confrontées à des enjeux de rentabilité de leurs infrastructures. À l'époque, beaucoup imaginaient que la solution serait un passage des pelouses naturelles à des pelouses totalement synthétiques. Je pensais qu'il fallait au contraire privilégier les pelouses naturelles, mais en leur offrant un petit coup de pouce technique. » Bertrand Picard, CEO Natural Grass

Issu d'une famille d'ingénieurs, Bertrand Picard mobilise alors son réseau, monte une équipe de techniciens et parvient finalement à mettre au point une nouvelle technologie révolutionnaire de pelouse

Actuellement leader mondial de cette technologie, Natural Grass transmet l'image de l'excellence française.

hybride, totalement éco-conçue, réduisant ainsi les risques de blessure des joueurs. La phase de recherche aura duré environ trois ans. « Le fait d'être basé en France, et plus particulièrement en Ile-de-France, a été un véritable avantage. D'abord parce que nous avons collaboré avec de nombreux laboratoires publics, mais aussi parce nous n'avons eu aucun mal à recruter de hauts profils d'ingénieurs et chercheurs en quête d'une expérience startup. »

Nous sommes alors en 2013. Les succès commerciaux ne tarderont pas. La même année, Natural Grass signe un premier contrat pour l'implémentation de sa technologie AirFibr avec le club de football professionnel de Troyes (l'ESTAC). Avant de célébrer, dès 2016, son premier contrat à l'étranger pour le prestigieux centre d'entraînement d'Arsenal. Propulsée par l'Euro 2016, reconnue pour son savoir-faire et sa capacité à opérer des projets complexes, Natural Grass est appelée dans le monde entier, du Japon à l'Algérie, de l'Angleterre à l'Espagne... Après la réussite du terrain AirFibr au centre d'entraînement de Valdebebas, le Real Madrid décide de solliciter l'entreprise pour opérer le pilotage de la reconstruction du terrain du stade Santiago Bernabeu. C'est un immense challenge, le terrain doit être totalement reconstruit en un temps record, moins d'un mois. Challenge accepté, challenge réussi ! Le 12 septembre 2021, la pelouse du terrain est acclamée par la presse, parée pour une nouvelle saison de football.

Actuellement leader mondial de cette technologie, Natural Grass transmet l'image de l'excellence française. Nul doute que l'exportation de ce savoir-faire grandira au fil du temps et fera, toujours un peu plus, rayonner la région capitale et la France. ●

**Bertrand Picard,**  
Fondateur Natural Grass



© CEO NATURAL GRASS

# Seventure

## CRÉER DES FONDS DE SOUTIEN

**Seventure Partners est un acteur du marché du capital investissement qui a une responsabilité particulière dans l'orientation de ses investissements vers des projets, des entreprises ou des secteurs qui permettent d'accompagner le développement d'une économie plus durable. Cela se traduit par la préoccupation permanente de création de valeur sur le long-terme, tout en préservant le capital social et environnemental.**

Avec 850 M€ sous gestion au 31 Décembre 2020, Seventure Partners s'impose comme l'un des principaux acteurs européens du secteur en investissant depuis 1997 dans des sociétés à fort potentiel de croissance évoluant dans deux principaux domaines d'activité : les technologies digitales en France et en Europe du Nord, et les sciences de la vie dans toute l'Europe ainsi qu'en Asie, Israël et Amérique du Nord.

Fort de ces convictions et de ses expertises historiques, Seventure a lancé en juillet 2019 un fonds d'investissement pour accompagner le développement des nouveaux champions de l'économie du sport, le fonds Sports & Performance Capital.

En effet, l'économie du sport est aujourd'hui composée de différents acteurs qui cohabitent dans le même écosystème, qu'il s'agisse du secteur public, des associations et des fédérations ou encore d'acteurs privés à but lucratif ou non. Elle connaît des bouleversements significatifs, tant du point de vue de sa pratique et notamment du développement de nouvelles technologies numériques (intelligence artificielle et big data appliqués au sport, trackers de performance, etc...), que de l'apparition de nouveaux secteurs comme le sport bien-être, où le sport devient alors un élément déterminant pour la santé des pratiquants et doit, à ce titre, être encouragé par et pour tous, tout au long de nos vies. La digitalisation de cet environnement est aujourd'hui en marche, qu'il s'agisse des fédérations, des inscriptions ou des paiements. La pratique du sport est également bouleversée. Afin de toucher le plus grand nombre, le sport est aujourd'hui plus flexible et peut être pratiqué à la maison, peu importe l'horaire et avec une autonomie sans précédent face à l'entraînement, ce qui rend l'économie du sport propice à la création de nouvelles sociétés.

La France est un terrain fertile d'innovations liées à l'économie du sport. Les JOP de Paris 2024 représentent une opportunité exceptionnelle pour promouvoir et valoriser ces expertises, ces savoir-faire.

Le fonds Sport & Performance Capital a vocation à financer les sociétés innovantes de l'économie du Sport en France comme en Europe grâce à des tickets allant de 500 k€ à 5 M€.



Isabelle de Cremoux, CEO de Seventure Partners

### À DATE, SIX INVESTISSEMENTS ONT DÉJÀ ÉTÉ RÉALISÉS :

- SkillCorner** : génération et analyse de données de qualité en direct sur les matchs de football à partir d'images en broadcast ;
- Hardloop** : site e-commerce proposant une large gamme d'articles de sports outdoor ;
- Move'N See** : robot camera autonome pour sports individuels et collectifs
- Clim8** : marque ingrédient proposant une technologie de thermorégulation à intégrer dans différents habits / gants ;
- Kinomap** : éditeur d'applications permettant aux utilisateurs d'home trainer de visualiser un circuit réalisé en outdoor par un contributeur ;
- SportEasy** : application web et mobile facilitant l'organisation et la gestion des équipes et clubs sportifs

L'ambition du fonds est d'investir à horizon 2024, environ 80 M€ dans des entreprises régionales françaises à fort potentiel, sélectionnées pour leur caractère innovant ou pour leur savoir-faire spécifique dans le domaine du sport ou du bien-être. ●

Isabelle de Cremoux, CEO de Seventure Partners

SPORT &  
PERFORMANCE  
CAPITAL

# E-SPORT



En 2020, l'E-sport mondial a généré un chiffre d'affaires d'1,1 Md\$, soit une augmentation de 16 % par rapport à 2019 (950 M\$) et de presque 40 % par rapport à 2017 (800 M\$).

© FALCO ERMERT

# E-sport : positionnement et enjeux, devenir un leader mondial

Pourquoi l'e-sport doit-il être au centre de l'attention ? Quelles sont ses ambitions pour Paris à l'échelle internationale ? Comment le Grand Paris et la France peuvent-ils devenir la place centrale de l'e-sport, au moins en Europe ? Autant de questions qui reviennent de plus en plus fréquemment et qui démontrent les ambitions que suscite cette discipline qui émerge enfin. Ou plutôt, qui émerge aux yeux du grand public et de manière reconnue. En effet, les "gamers" (ceux qui jouent aux jeux vidéo) pratiquent depuis plusieurs décennies.

Les discussions autour de l'introduction de l'e-sport aux Jeux Olympiques et paralympiques, qu'elles soient fondées ou non, démontrent l'engouement exponentiel autour de la discipline. Pour les puristes, l'e-sport n'est pas un sport à proprement parler, comme peuvent l'être le football ou le tennis, mais une pratique qui retrouve néanmoins des similitudes. Il y a donc peu de chances de voir le sport électronique comme il existe aujourd'hui faire partie du programme des Jeux Olympiques et Paralympiques. Cependant, des "e-Jeux Olympiques", comme ce fut le cas en amont des jeux d'hiver de Pyeongchang en 2018, pourraient être régulièrement instaurés en ouverture de la compétition olympique et paralympique que nous connaissons tous. La France en a conscience et se positionne déjà afin d'occuper une place centrale dans l'écosystème e-sport.



La loi numérique d'octobre 2016 intègre 2 articles, mis en vigueur en 2017, destinés à encadrer la pratique du jeu vidéo en compétition en France.



© FALCO ERMERT

## L'E-SPORT EN FRANCE ET DANS LE MONDE

**Tout d'abord, il semble nécessaire de préciser que l'e-sport ne représente qu'une partie (1 %) du marché du jeu vidéo. Ce dernier englobe aussi bien la vente de jeux pour consoles, ordinateurs que l'usage d'applications mobiles. Ce marché réalise annuellement plus de chiffre d'affaires que les univers du cinéma et de la musique réunis.**

En 2020, l'E-sport mondial a généré un chiffre d'affaires d'1,1 Md\$, soit une augmentation de 16% par rapport à 2019 (950 M\$) et de presque 40% par rapport à 2017 (800 M\$). Un chiffre d'affaires de 3 Mds\$ est prévu en 2022 et 10 Mds\$ sont attendus en 2030.

L'Europe a dépassé les 200 M\$ générés en 2020, tandis que le marché nord-américain atteint les 250 M\$ et le marché chinois les 400 M\$. En France, le chiffre d'affaires atteint 30 M\$ en 2020 contre 22 M\$ en 2016 (+36% en 4 ans).

Le montant peut paraître faible comparé aux concurrents des autres continents mais si l'on se rapporte au revenu généré par habitant, la France devance les plus grands acteurs E-sports mondiaux cités précédemment et tire l'Europe vers le haut.

Outre le chiffre d'affaires généré, c'est tout l'univers autour de l'e-sport qui change de dimension depuis quelques années.

### NOUVELLE DISCIPLINE QUI PREND DE PLUS EN PLUS D'IMPORTANCE

Outre le chiffre d'affaires généré, c'est tout l'univers autour de l'e-sport qui change de dimension depuis quelques années. Des espaces dédiés à la pratique e-sport voient le jour pour le grand public, à l'inverse des lieux actuels, occupés de manière marginale par un public réduit et très ciblé.

Un demi-milliard de personnes font partie de la communauté e-sport dans le monde (223 millions de joueurs pour 272 millions de spectateurs), des audiences au mondial de League of Legends (100M) supérieures à celles du Superbowl (98M) en 2019 ou encore l'apparition du plus jeune millionnaire au monde (15 ans) suite au cashprize obtenu pour sa seconde place la Fortnite World Cup en 2019... Autant de chiffres qui donnent le vertige et affirment l'arrivée en force de l'e-sport dans l'écosystème sportif. Même le football universitaire en Angleterre, pays qui respire le sport de balle au pied, est détrôné par l'e-sport avec plus d'équipes e-sport que de clubs de football. ●

| Territoire       | CA généré 2020 M\$ | Population | \$/habitant |
|------------------|--------------------|------------|-------------|
| Chine            | 385M\$             | 1.400M     | 0.28\$/hab  |
| Amérique du Nord | 255M\$             | 580M       | 0.44\$/hab  |
| Europe           | 201M\$             | 750M       | 0.27\$/hab  |
| France           | 30M\$              | 67M        | 0.45\$/hab  |

## STRUCTURATION ET DÉMARCHES POUR DEVENIR LA RÉFÉRENCE INTERNATIONALE DE L'E-SPORT

**Nous avons rencontré Nicolas Besombes, vice-président de l'association France E-sports qui a apporté sa vision d'expert à notre sujet. L'association France E-sports a pour objet de développer, promouvoir, encadrer la pratique des sports électroniques (e-sports) dans un esprit d'équité et d'épanouissement humain. Il nous en dit plus sur le rôle de France E-sports et les enjeux que représentent la discipline pour la France.**

N.B. : "Le gouvernement a missionné France E-sports pour accompagner la structuration et le développement de l'e-sport en France. Nous avons par exemple en charge la labellisation des formations, des établissements ou encore des compétitions dédiées à l'e-sport. La labellisation va permettre de crédibiliser les démarches des acteurs et permettre de rassurer les plus sceptiques, toujours dans un objectif de démocratisation de la pratique. Chaque membre de France E-sports s'engage à suivre une charte éthique, avec le respect comme valeur centrale.

Ainsi, notre rôle sera de veiller au respect des règles, comme par exemple de ne pas exposer les joueurs non autorisés à des contenus sensibles.

En premier lieu, il paraît primordial de mobiliser les acteurs institutionnels dans notre démarche afin d'engager les territoires. Par exemple, la Caisse des Dépôts et de Consignation nous accompagne dans la réalisation d'un baromètre territorial à destination des régions. Ce baromètre annuel permet aux régions de comprendre et connaître le type de pratique présent sur son territoire et ainsi, de mieux cibler les actions à mener".

### UN ENCADREMENT QUI FAVORISE L'ORGANISATION DES GRANDES COMPÉTITIONS INTERNATIONALES

"La mise en place d'outils législatifs fait de la France un pays pionnier sur ce point. La loi numérique d'octobre 2016 intègre 2 articles, mis en vigueur en 2017, destinés à encadrer la pratique du jeu vidéo en compétition en France.

Le premier article vise les compétitions de jeux vidéo sur le territoire français et légalise leur organisation. Au-delà d'une reconnaissance, la législation aborde les notions d'âge des participants, des dotations financières accordées aux vainqueurs ou encore des frais de participation.

Le second article concerne la professionnalisation de la pratique de haut niveau. Depuis 2017, le statut de joueur professionnel est délivré aux joueurs français dont les équipes bénéficient de l'agrément ministériel (189 joueurs professionnels en 2019). A cette époque, seule la Corée du Sud, terre de naissance de l'e-sport en Asie, reconnaissait le statut professionnel dans le domaine e-sportif.

De manière générale, la France peut également compter sur le soutien des pouvoirs publics avec la stratégie interministérielle 2020-2025, guidée par le ministère de l'économie et des finances et le ministère

&gt;&gt;&gt;

des sports”.

En termes de légitimité, il est également important de relever que la France est le seul pays, avec le Japon, à compter les éditeurs de jeux vidéo parmi les membres de son association nationale et donc les inclure dans ses discussions visant à faire évoluer la pratique.

Au-delà de la compétition centrée sur le jeu vidéo, l'e-sport doit être un outil permettant de diffuser des valeurs et de répondre à de multiples enjeux : intégration sociale dans les quartiers prioritaires de la ville, santé publique, outil d'apprentissage et sensibilisation aux fonctions numériques et vidéoludiques, création d'emploi, etc.

### ÉTENDRE LE MODÈLE FRANCILIEN À L'ENSEMBLE DU PAYS

“Le Grand Paris doit montrer l'exemple afin que chaque région se développe d'un point de vue e-sportif et améliore son rayonnement et son attractivité territoriale.

Le développement de l'e-sport sur l'ensemble du territoire national permet d'augmenter les recettes liées au tourisme et de promouvoir les acteurs locaux dans une stratégie de rayonnement et d'attractivité.

Un exemple peut être cité avec l'organisation par le Grand Poitiers de la Gamers Assembly qui accueille chaque année 30 000 visiteurs.

### UNIR LES FORCES EUROPÉENNES POUR RIVALISER AVEC LE MONDE

L'e-sport est né conjointement en Amérique du Nord et en Asie à la fin des années 1990. Afin d'éviter une prise de distance il est nécessaire que les pays européens développent une stratégie commune et allient leurs forces. Par son histoire du jeu vidéo, son savoir-faire en matière d'organisation de grands événements mais également grâce aux politiques de développement et de structuration impulsées par le gouvernement, la France - et plus particulièrement le Grand Paris - pourrait devenir une nation leader du continent européen. Le modèle de structuration français est observé de près par beaucoup de pays du continent européen, notamment le Royaume-Uni, l'Allemagne, l'Espagne, le Danemark ou encore la Belgique.

Les pays scandinaves ont une vraie culture e-sportive avec un large soutien des pouvoirs publics et une population très sensibilisée et décomplexée avec la pratique. Le Danemark et la Finlande ont des relations de plus en plus sérieuses avec la France afin de partager

La Ville de Paris a utilisé une partie du budget consacré au sport en faveur de l'e-sport.



© JACQUES PAQUIER

## CONSTRUIRE UN TERRITOIRE FAVORISANT L'ATTRACTIVITÉ DU GRAND PARIS

### DES FREINS SONT ENCORE PRÉSENTS

“L'e-sport est un écosystème très fragmenté dans lequel les éditeurs de jeux vidéo, également les régulateurs de leur propriété intellectuelle, cherchent naturellement à maximiser leurs profits. Avec les ligues professionnelles, même si les modèles sont encore nouveaux, il est possible de prévoir les retombées économiques. Ce qui n'est pas le cas avec la pratique amateur où chaque sortie d'argent ne garantit pas un retour financier positif. Le fonctionnement est très similaire à celui du sport amateur, financé en grande partie par le sport professionnel. Il y a une sorte de vide de régulation au niveau amateur alors même que cette pratique amateur augmente. Le format est actuellement “users entrepreneurship”, c'est-à-dire que ce sont les joueurs eux-



© DR

L'e-sport est un écosystème très fragmenté dans lequel les éditeurs de jeux vidéo, également les régulateurs de leur propriété intellectuelle, cherchent naturellement à maximiser leurs profits.

mêmes qui organisent les tournois, cherchent des financements, des sponsors, etc. Cette structuration est balbutiante et son évolution passe par le soutien des collectivités territoriales (subventions, accompagnements, mise à disposition d'infrastructures, etc.) pour organiser des événements.

Par exemple, la Ville de Paris a utilisé une partie du budget consacré au sport en faveur de l'e-sport. Ainsi, 150 000€ étaient utilisés pour financer 15 projets de clubs sportifs souhaitant développer une filière e-sportive au sein de leur structure. Contrairement aux habitudes, il n'y avait pas qu'un seul mais plusieurs lauréats, favorisant un développement homogène du territoire. Les villes et régions doivent faire de même, en répartissant plus paritairement les budgets”.

### DES AMÉNAGEMENTS TERRITOIRES POUR FAVORISER ET INCITER LA PRATIQUE DE DEMAIN

“L'aménagement du territoire évolue. Le projet mené par Grand Paris Sud est très intéressant car il englobe plusieurs enjeux. Tout d'abord et inévitablement, le développement de la pratique e-sportive sur le territoire, améliorant de fait son attractivité pour de futures compétitions internationales ou par l'accueil de nouvelles structures. C'est également tout l'espace existant qui est repensé, s'orientant vers l'éducation autour du numérique et permettant à ce secteur de servir de passerelle d'avenir pour le territoire.”

D'autres projets, plus ou moins indépendants émergent dans le Grand Paris, visant à chaque fois l'anticipation des pratiques et attentes de demain. Nos concurrents internationaux n'hésitent pas à engager les moyens nécessaires pour se doter des plus beaux équipements. On peut prendre l'exemple de Toronto (Canada) où une arène dernière génération verra le jour d'ici 2025 pour une somme avoisinant les 500 millions de dollars. Shanghai voit également les choses en grand avec la création d'un complexe qui sera baptisé Shanghai International New Cultural and Creative E-sports Center et couvrira une surface de 500 000 mètres carrés. Sa construction va coûter plus de 828 millions de dollars, et l'espace pourra accueillir près de 10 000 spectateurs quotidiens, tandis que quelque 300 événements d'e-sport y seront tenus chaque année.

“L'avantage du Grand Paris repose sur sa capacité à accueillir des événements d'envergure internationale, là où d'autres pays se voient dans l'obligation de construire ces lieux d'accueil. L'enjeu du Grand Paris et plus généralement de la France est donc de développer la pratique e-sportive du quotidien, en accompagnant les structures demandeuses qui tendent à faire avancer cette discipline sportive désormais incontournable”.

les bonnes pratiques.

Il faudra également s'inspirer des pratiques des leaders mondiaux. La Corée du Sud “repère” les bons joueurs dans les “PC bangs” homologués par la fédération e-sportive coréenne (KeSPA) sous tutelle du ministère des sports et du tourisme coréen, où des recruteurs se rendent régulièrement. Ces PC bangs, salles de jeux en réseaux, existent par milliers dans le pays, dont quasiment 20% sont labellisées par le gouvernement sud coréen comme étant des établissements de détection”.

La mise en place d'outils législatifs fait de la France un pays pionnier sur ce point. La loi numérique d'octobre 2016 intègre 2 articles, mis en vigueur en 2017, destinés à encadrer la pratique du jeu vidéo en compétition en France.

© FALCO ERMERT



© FALCO ERMERT

L'avantage du Grand Paris repose sur sa capacité à accueillir des événements d'envergure internationale.

Fabien Devide, (aussi connu sous le pseudo « Néo »), un des cofondateurs de Vitality, qui est actuellement l'équipe française e-sport la plus reconnue à l'international.

## VITALITY : L'ÉTOILE QUI FAIT BRILLER L'E-SPORT FRANÇAIS



**Vitality est actuellement l'équipe française e-sport la plus reconnue à l'international. Créée en 2013 par Fabien Devide (aussi connu sous le pseudo "Neo"), et Nicolas Maurer, cette "Team" ne cesse de grandir, multipliant les actions et performances au plus haut niveau. Tandis que l'e-sport prend de plus en plus de place dans la société, la présence de Vitality sur notre territoire grand-parisien représente une chance formidable en termes d'image et de transformation des pratiques e-sportives.**

36,5 M€ levés depuis la création, un centre d'entraînement installé dans le Stade de France, des locaux au cœur de Paris, plus de 40 joueurs et disposant d'un budget annuel de 10 M€, la Team ambassadrice de l'e-sport français a un bel avenir devant elle. Avec une ambition au-delà des performances sportives, celle de devenir l'une des premières équipes d'e-sport à atteindre une valorisation d'un milliard de dollars. Nicolas Maurer, PDG de TEAM VITALITY nous apporte ses mots.

### Quel rôle joue Vitality dans le rayonnement du Grand Paris ?

L'e-sport n'est pas forcément associé à une ville ou à un pays. Les équipes peuvent avoir des joueurs de différentes nationalités et certaines équipes, notamment les équipes européennes, ne revendiquent pas spécialement un attachement spécifique à un territoire. Pour autant, c'est différent pour Vitality parce que nous avons toujours eu cette étiquette de club français même si nous faisons de la compétition dans des ligues internationales. On met en avant ce côté français et a fortiori parisien, cela fait partie de notre ADN. Notre QG, où nous accueillons du public, est situé dans le 3ème arrondissement mais nous bénéficions aussi d'un partenariat avec le Stade de France qui est notre lieu d'entraînement. Nous sommes donc physiquement présents et représentés dans Paris et dans le Grand Paris et c'est important pour nous. Vitality représente les couleurs d'une ville au même titre que d'autres acteurs du sport, même si ça n'est pas toujours institutionnalisés et ça ne s'est pas créé de la même manière que le sport traditionnel. Pour autant, cela fait partie de notre marque et de notre image. J'espère que la résonance et le rayonnement à l'international de Vitality participent au rayonnement de Paris de manière générale.

### Comment est perçue Vitality à l'étranger ? Vous participez notamment à la LEC, ligue européenne de League of Legends. Pensez-vous que Vitality a une identité française ?

Oui, c'est un choix conscient. Les clubs de sport traditionnels ont une identité historique dont ils peuvent jouer. Le Real Madrid est associé à Madrid, le FC Barcelone à Barcelone, ça s'est construit depuis des décennies. Nous, quand on crée un club e-sport, on part d'une feuille blanche. Il y a plein de manières d'incarner notre marque et de communiquer. En tout cas pour nous, être le représentant français à l'international qui fait briller les couleurs françaises, c'est très important. D'autant plus qu'il n'existe pas d'équipe nationale en e-sport, il y a eu quelques tentatives de compétitions internationales par pays mais 99% des compétitions e-sport se font par équipes. On est fier de représenter les couleurs françaises et le drapeau français, c'est un vrai choix assumé donc la réponse est oui.

### Pensez-vous que l'e-sport est suffisamment encadré et soutenu en France ?

Pas encore complètement. Ça grandit vite, ça draine beaucoup d'audience et d'intérêts. C'est nouveau, c'est une population jeune et ça ne fonctionne pas sur un système de fédération bien huilé comme on peut le connaître dans le sport donc ça reste un objet un peu bizarre et incongru pour les pouvoirs publics. Pour autant, je pense que l'e-sport est regardé avec bienveillance et même s'il n'est pas forcément soutenu au niveau législatif, il est à minima accompagné et pas freiné, ce qui est une première chose. Ensuite, sur la question plus spécifiquement des politiques des villes, on voit beaucoup d'intérêt de la part de certains territoires. Notamment de la Ville de Paris qui s'intéresse à ce sujet. Il y a un vrai regard intéressé, des coups de pouce, de la bienveillance, mais il y a encore beaucoup de chemin à faire sur des aspects plus prosaïques et concrets, sur l'encadrement législatif de l'e-sport en France. Les jeux e-sports appartiennent à des éditeurs privés et pour cette raison, cela prendra du temps. Mais je pense qu'il y a une vraie bienveillance et une volonté d'accompagner le développement de l'e-sport.

L'une des prochaines étapes serait d'avoir des réglementations au niveau européen, permettant d'associer les forces et atouts de chacun et de rendre notre continent encore plus attractif.

### Vous avez participé aux Worlds 2018 de League of Legends en Corée. Dans une logique comparative, que retenir-vous de la vision coréenne de l'e-sport ? Quelles leçons sont à tirer pour le Grand Paris ?

La Corée est à part, c'est le berceau de l'e-sport et l'un des seuls endroits au monde où l'e-sport est totalement mainstream. Autant l'e-sport est développé en Europe et aux Etats-Unis, autant il ne fait pas partie, aux yeux du grand public, de la liste des sports importants et reconnus. En Corée, l'e-sport est diffusé à la télévision, des joueurs font de la publicité dans le métro pour des marques. C'est totalement naturel et intégré. On ne peut pas dupliquer ce phénomène car il est historique. Par contre, ce qu'on peut regarder, c'est comment l'e-sport est soutenu, que ce soit au niveau national ou au niveau des villes. La Corée du Sud dispose d'une fédération qui travaille en collaboration avec le ministère de la Culture, des sports et du tourisme depuis 2000. Un sous-ministère est également dédié à l'e-sport. Au niveau des villes, nous pouvons prendre Busan en exemple où les "Worlds" ont été organisés. Séoul se distingue aussi, avec beaucoup de hubs e-sport et des infrastructures conséquentes. Ce sont des arguments dont les villes européennes peuvent s'inspirer. Je pense d'ailleurs que c'est ce qui est en train de se passer. Il y a un vrai intérêt en Europe pour ce modèle qui existe en Corée et en Chine avec des arènes, des lieux e-sport, et notamment des équipes qui ont leur propre stade. Cela se fera en collaboration avec les clubs et c'est un chemin à explorer, c'est certain.

### Comment démocratiser la pratique de l'e-sport en France ?

La démocratisation se fait d'elle-même dans le sens où les jeunes jouent aux jeux vidéo. Mécaniquement, on va avoir ce vivier qui existe. En revanche, ce qui est intéressant à notre sens, et ce qui fait partie du rôle de Vitality, c'est la professionnalisation des jeunes joueurs. Aujourd'hui, il n'y a pas du tout le système de formation qu'on retrouve dans le sport professionnel, avec la détection à un certain âge, les centres de formation, le premier contrat professionnel. Toutes ces choses-là sont extrêmement balisées. Dans l'e-sport, c'est beaucoup plus hétérogène. Des joueurs vont être repérés à 15 ans, d'autres à 17 ans. Certains vont aller jouer en Turquie, d'autres aux Etats-Unis. C'est très complexe, il n'y a pas de chemin établi pour les parents non plus. Ils peuvent se demander si cela vaut la peine d'encourager leurs enfants dans ce chemin plutôt que de faire des études. Il y a un vrai enjeu sur le rôle de la formation et c'est

un rôle que nous, les clubs, avons à jouer, cela fait partie de nos projets. Il y a également un enjeu sur ce dont peuvent s'emparer les pouvoirs publics et les villes. Par exemple, être la première ville qui va se pencher sur ces questions de formation, encourager, créer des infrastructures et des programmes, que ce soit en collaboration avec des clubs ou non. C'est là qu'il y a un vrai sujet, plutôt que sur le sujet de la démocratisation qui est un peu naturelle.

### Ambassadeurs, branding, fan experience... comment Vitality a su fidéliser le grand public ?

Nous avons beaucoup de fans et également une frange "d'ultras". Tout d'abord, il y a un intérêt à suivre et soutenir Vitality car nous sommes le seul club français présent dans toutes les ligues majeures e-sport. C'est notre spécificité, on fait partie de la LEC sur League of Legends, de l'ESL Pro League sur Counter Strike, des RLCS sur Rocket League, etc. Nous sommes présents au plus haut niveau sur une large partie des jeux majeurs. Deuxièmement, nous avons su construire une proximité avec notre public en étant authentiques et transparents sur notre gestion. Les fans suivent l'aventure d'un club qui se lance jusqu'à devenir un poids lourd de l'e-sport mondial. On a réussi à créer une relation avec nos fans et un attachement à la marque Vitality.

### Pensez-vous qu'il faudrait structurer l'e-sport autour du modèle sportif ?

Oui et non. Dans une large mesure oui, en l'occurrence c'est déjà le cas. Nous sommes des clubs, avec des sponsors, avec des joueurs qui ont des contrats, des mercatos, nous participons à des ligues qui sont françaises, européennes, mondiales. On retrouve beaucoup de similitudes avec la façon dont le sport est organisé. Là où je réponds un peu plus non, c'est que l'e-sport ne peut pas s'organiser de manière institutionnelle comme le sport avec des fédérations parce que les jeux appartiennent à des entreprises privées, dont c'est la propriété intellectuelle. On imaginerait mal une fédération se glisser au-dessus de ça et expliquer à un éditeur de jeux comment organiser son e-sport et son écosystème. Dans ce sens, on ne peut pas dupliquer les modèles de fédérations du sport. On est obligé de faire autrement, par exemple nous avons des partenariats avec les éditeurs et les différentes ligues. Nous prenons donc un chemin un peu différent parce que ce ne sont pas les mêmes objets juridiques avec la même histoire. ●



Nicolas Maurer, co-fondateur de Vitality, "Team" qui ne cesse de grandir, en multipliant les actions et performances au plus haut niveau.

© DR



# STADEFRANCE

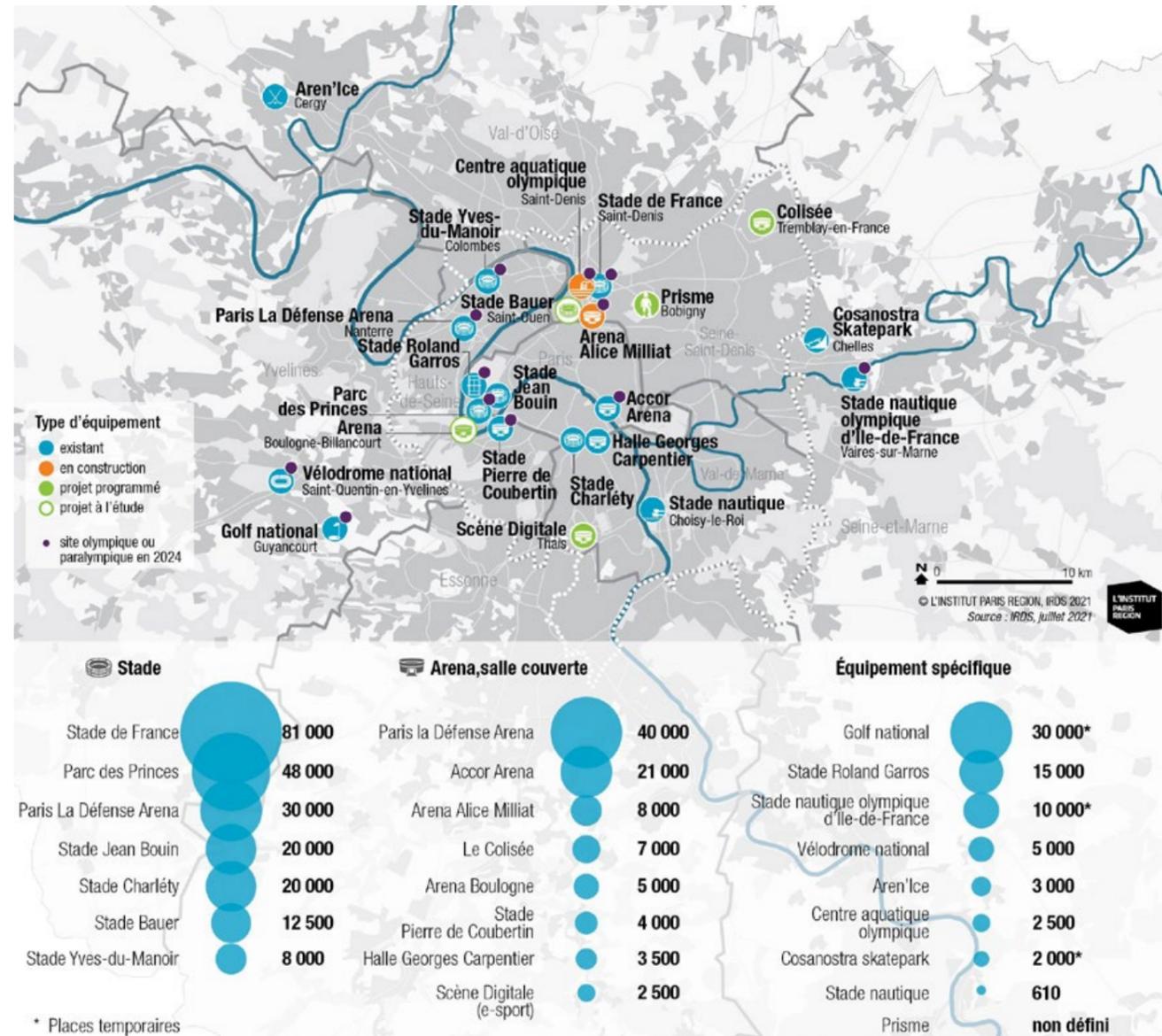
## TOURISME SPORTIF, DIPLOMATIE ET ÉCONOMIE DU SPORT

Accueillir des organisations sportives internationales améliore naturellement l'attractivité et la réputation d'un territoire.

© JM HEIDINGER

# Géographie et diplomatie : atouts majeurs pour accueillir des organisations internationales

Accueillir des organisations sportives internationales améliore naturellement l'attractivité et la réputation d'un territoire. Si le Grand Paris héberge de nombreuses organisations internationales, celles liées au monde du sport sont peu représentées. La France est une nation historique du sport mais également diplomatique par excellence, il semble alors tout naturel d'entamer une démarche de (re)conquête. La France doit proposer un cadre idéal pour l'accueil de ces organisations, à l'image de la Suisse, qui est l'exemple ultime : une nation peu connue pour ses performances sportives mais plutôt pour son positionnement diplomatique dans le monde sportif. Progressivement, la Suisse est devenue la place forte des organisations sportives internationales, permettant au pays d'être au cœur des décisions internationales. La proximité de la France avec la Suisse est un atout mais désormais, il faut réussir à convaincre les grandes organisations sportives internationales de passer la frontière et venir s'installer au sein du Grand Paris, métropole sportive par excellence.



Paris est le berceau du développement du football américain en Europe.



Pierre Trochet, président de la Fédération Internationale de Football Américain

## FÉDÉRATION INTERNATIONALE DE FOOTBALL AMÉRICAIN (FFFA) : L'EXEMPLE À SUIVRE

**Pierre Trochet, président de la Fédération Française de Football Américain et fraîchement nommé à la tête de la Fédération Internationale de Football Américain (IFAF) en fin d'année 2021, représente un atout de poids pour l'attractivité et le rayonnement du Grand Paris à l'international. Cette nomination devrait avoir des répercussions positives sur le développement de ce sport en France et sur le Grand Paris en général.**

"Paris est le berceau du développement du football américain en Europe. Les premiers touchdowns (système de marquage de points, équivalent d'un essai au rugby) ont lieu dans la capitale française lors de l'exposition universelle de 1900.

La discipline se développe jusqu'en 1945 mais marque un coup d'arrêt jusqu'à la fin des années 1970. Cette période creuse permet à nos voisins allemands de prendre de l'avance dans la discipline et la France perd ainsi son statut de leader européen.

C'est en 1980 que le foot US revient sur notre territoire, grâce à Monsieur Laurent Plegelatte. De retour d'un voyage aux Etats-Unis, c'est lui qui ramène les fondements de la pratique et crée la même année le premier club français, le Spartacus de Paris. Trois années plus tard, en 1983, c'est encore lui qui permet la création de la Fédération Française de Football Américain, institution qui marque officiellement l'encadrement de la pratique. En 1997, la Fédération Internationale de Football Américain est créée à Paris par Frédérique Paquet.

Pourquoi ne pas installer la Fédération Internationale aux Etats-Unis, largement reconnus pour leur avance dans ce sport ? Le choix du Grand Paris (La Courneuve et désormais Noisy le Grand), au-delà du fait que la France est une nation historique du football américain, repose sur plusieurs points :

La France, au sein de l'Europe, est reconnue pour sa qualité et sa stabilité organisationnelle. Par exemple, il y existe un Ministère des Sports, ce qui n'est pas le cas aux Etats-Unis. Des grandes compétitions internationales y sont également organisées, notamment la Coupe d'Europe et la Ligue des Nations, faisant du continent européen le territoire le plus actif.

L'emplacement de la France a fortement joué en sa faveur. Notre nation est très proche des autres instances internationales, principalement du Comité International Olympique (Suisse), que ce soit géographiquement ou lors des discussions décisionnelles.

Aussi, elle organise régulièrement des grands événements internationaux sur son sol, à l'image des Jeux de Paris 2024. Ce facteur est très important auprès des acteurs du foot US qui cherchent à intégrer de nouvelles pratiques, tel que le flag football, lors des Jeux de Los Angeles en 2028.

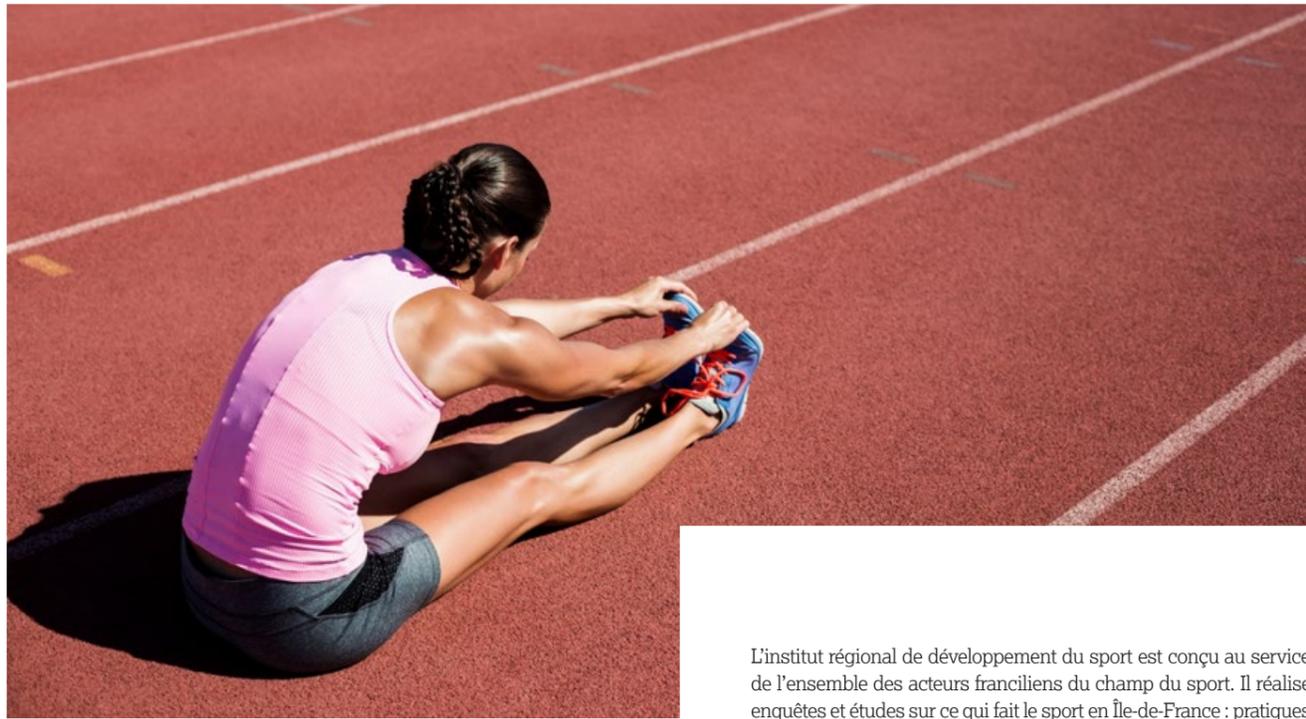
Ces éléments reflètent l'attractivité du territoire du Grand Paris. A l'heure actuelle, c'est plus la fédération qui bénéficie de sa situation en France que l'inverse. Dans l'autre sens, le territoire doit utiliser cette présence pour engager une démarche plus large en accueillant d'autres fédérations ayant un potentiel olympique.

A plus ou moins long terme, l'autre objectif est d'accueillir des événements de football américain à fort rayonnement sur notre sol. Pour cela, la première étape est de rattraper le retard qu'il y a actuellement sur l'Allemagne, notamment en matière d'engagement et de ferveur locale. Mais nous sommes confiants. Le football américain est en pleine croissance en France, qu'il s'agisse du volume de spectateurs ou de pratiquants. La démocratisation de ce sport est en marche et ouvre de belles perspectives d'avenir." ●

Pierre Trochet, président de la Fédération Internationale de Football Américain



# Le sport, un secteur économique et un relais d'influence



© ADOBESTOCK

## L'INSTITUT RÉGIONAL DE DÉVELOPPEMENT DU SPORT : UN OBSERVATOIRE UNIQUE EN RÉGIONS

Conscients de l'importance du sport dans la vie quotidienne des Franciliennes et des Franciliens mais également des enjeux économiques, d'attractivité et d'innovation que cette activité revêt, le Conseil régional d'Île-de-France en partenariat avec l'Etat<sup>1</sup> et le Comité régional olympique sportif Île-de-France ont créé l'Institut régional de développement du sport (IRDS) en 2007. Née au sein de L'Institut Paris Region<sup>2</sup>, agence régionale d'urbanisme et de l'environnement, cette filiation lui permet de confronter et d'associer les questions sportives aux réflexions stratégiques qui animent l'Île-de-France.

L'institut régional de développement du sport est conçu au service de l'ensemble des acteurs franciliens du champ du sport. Il réalise enquêtes et études sur ce qui fait le sport en Île-de-France : pratiques des activités physiques et sportives, équipements et aménagements sportifs, emploi, vie associative, grands événements, haut niveau et sport professionnel... Il publie très régulièrement dossiers, ouvrages et chiffres clés pour donner à voir les tendances en cours et les enjeux à venir pour faire de la métropole régionale<sup>3</sup> une métropole sportive. Si la pratique d'activités physiques et sportives reste encore à développer sur le territoire francilien, avec un effort particulier à fournir pour combler certaines inégalités d'accès et dans un objectif de santé des populations, l'Île-de-France affiche toutefois des bons taux de pratique : 60 % des Franciliens<sup>4</sup> pratiquent une activité sportive au moins une heure par semaine.

En outre, le sport représente plus de 91 000 emplois et 6 600 établissements employeurs. Ces établissements dégagent, par leur production, une richesse évaluée à 1,9 milliard d'euros. Ces volumes sont à considérer comme un minimum, le sport ayant un effet d'entraînement sur de nombreux secteurs d'activité (événementiel, tourisme, construction...). Enfin par sa capacité à produire et à attirer de très grands événements grâce à une offre de qualité en équipements événementiels qui s'étoffe et se diversifie au fil des ans (cf. carte), par la renommée de ses clubs ou de ses grands sportifs formés sur le territoire francilien, le sport est un élément clé dans la fabrication de l'identité de la métropole régionale. ●

[1] Délégation régionale académique à la jeunesse, à l'engagement et aux sports (DRAJES) d'Île-de-France

[2] <https://www.institutparisregion.fr/>

[3] <https://www.irds-idf.fr/>

[4] Source : IRDS, EPSF 2019, franciliens de 18 à 75 ans

## PARIS-SACLAY, TERRE DE SCIENCE... ET DE JEUX

En 2018, la tenue de la 42<sup>ème</sup> édition de la Ryder Cup au Golf national de Saint-Quentin-en-Yvelines a braqué les caméras du monde entier - 81 chaînes dans 118 pays ont retransmis la compétition - sur le grand territoire de Paris-Saclay.

Au-delà de l'enthousiasme des 270 000 spectateurs réunis au cours des trois jours de compétition, l'événement s'est aussi traduit par d'importantes retombées économiques, sociales et médiatiques, comme a pu mettre en lumière l'étude d'impact produite par l'Observatoire de l'économie du sport. Cette dernière évalue notamment l'activité économique conséquente du sport en région Île-de-France, entre 95 et 104 M€. De quoi démontrer concrètement la vitalité du territoire, jusque-là essentiellement portée par sa réputation internationale dans les secteurs technologiques et scientifiques de pointe. Gageons que les épreuves des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024 qui se tiendront à Paris-Saclay – pour l'essentiel des sports de plein air comme le golf, l'équitation, ou le vélo - viendront qualifier plus encore sa notoriété comme territoire à haute qualité de vie.



© CARLOS AVESTA

La présence d'une forte densité d'établissements d'enseignement supérieur et de recherche implique également la présence d'équipements sportifs de qualité en nombre conséquent.



© CARLOS AVESTA

La pratique sportive favorisée par la proximité d'espaces naturels généreux et de grande qualité est un atout indéniable de Paris-Saclay.

### L'ESPRIT ET LE CORPS, RELIÉS PAR LE SPORT

Bien sûr, la pratique sportive favorisée par la proximité d'espaces naturels généreux et de grande qualité est un atout indéniable de Paris-Saclay, qui s'affirme comme vecteur d'un style de vie sain et actif au grand air. La présence d'une forte densité d'établissements d'enseignement supérieur et de recherche implique également la présence d'équipements sportifs de qualité en nombre conséquent. Nourrie par une culture de la pratique sportive vue comme complémentaire à l'effort intellectuel, l'installation des universités et grandes écoles au cœur du campus urbain de Paris-Saclay s'accompagne de la construction de plusieurs complexes sportifs. Si la programmation du Campus urbain, qui accueillera d'ici quelques années près de 75 000 usagers – habitants, étudiants, chercheurs et salariés – prévoit des équipements sportifs de quartier ouverts aux habitants et aux associations locales, le foisonnement de structures universitaires offre l'opportunité d'une mutualisation au profit du plus grand nombre. À l'instar du Centre aquatique de Gif-sur-Yvette, au sein du quartier de Moulon, projet porté par la ville de Gif-sur-Yvette avec la participation de l'Université Paris-Saclay.

Ainsi, des créneaux horaires au sein de cet équipement municipal homologué pour la pratique olympique, seront réservés aux étudiants. De même, le futur Complexe sportif universitaire de Corbeville proposera, comme celui de Moulon, des créneaux aux associations des communes d'Orsay et Gif-sur-Yvette. Enfin, parcs et espaces publics en développement prévoient des pratiques sportives plus ou moins informelles, avec des tables de ping-pong, une piste de pétanque dans le quartier de l'Ecole polytechnique, mais aussi des agrès sportifs, un « city stade » et un skate parc. Sans oublier des prairies ouvertes aux amateurs de tai chi ou de boot camp. ●



© CARLOS AVESTA

# Les grands événements sportifs internationaux (GESI) dans le Grand Paris



Paris, étape ultime du tour de France.

## ENJEU D'IMAGE ET VECTEUR DE DÉVELOPPEMENT

**Faire du Grand Paris la capitale mondiale du sport, c'est renforcer son attractivité en associant son image aux valeurs d'efforts, de solidarité, de performance, de santé et de fraternité.**

Parmi les éléments qui doivent caractériser la capitale du sport, l'accueil de grands événements sportifs internationaux permet à la fois de s'appuyer sur des arguments précis et de former un récit. Des événements récurrents comme Roland Garros, ou exceptionnels comme la Ryder Cup de 2018, participent de l'image et du prestige du Grand Paris, autant qu'ils se mesurent en nombre d'emplois, de nuitées d'hôtels, de chiffre d'affaires et d'activités touristiques. Devenir la référence mondiale pour l'accueil des événements sportifs internationaux comporte ainsi un enjeu économique direct par l'activité économique induite et indirecte par son rayonnement... pourvu que nous sachions en accueillir plus, mieux, et de façon plus équilibrée entre les territoires. En effet, l'attractivité n'est pas uniquement réservée au public international mais s'adresse tout autant, sinon plus, aux habitants de la région qui ne sont pas toujours incités à s'intéresser aux événements lorsque ceux-ci nécessitent un temps de transport un peu plus long. Un "grand événement sportif international" est une manifestation qui rassemble des sportifs de nationalités différentes et dont l'impact médiatique et sportif dépasse les frontières du pays hôte. On distingue à ce titre : les événements récurrents (Roland Garros, arrivée du Tour de France, etc.) et les événements exceptionnels,

organisés à chaque édition dans un territoire différent (JO, Coupe du Monde, Finale de la Ligue des Champions, etc.)

En termes d'image, l'importance d'un grand événement sportif se mesure évidemment par son impact médiatique mais ne se limite pas à la mesure quantitative. Ainsi, si les 800 millions de téléspectateurs de Roland Garros permettent de faire rayonner Paris à travers le monde, les championnats du monde de karaté attireront des publics plus ciblés mais avec un impact très fort auprès de communautés dynamiques. Une étude réalisée par Paris-Île de France Capitale Economique a permis de recenser, selon ces critères, 595 manifestations sportives internationales entre 2005 et 2020 dans le Grand Paris ce qui nous place parmi les premières métropoles du monde en termes d'accueil de grands événements. Parmi ceux-ci, 538 étaient des manifestations récurrentes et 57 des événements exceptionnels. Ce taux de récurrence de 90% assure la stabilité de notre position. Notre base est donc solide mais en plus, la dynamique est favorable puisque le nombre de grands événements accueillis est en constante progression. Sur l'année 2019, on recense 37 événements récurrents organisés dans le Grand Paris, contre 30 en 2005, soit une augmentation de 23% en 15 ans. Autre enseignement important : la diversité des sports pratiqués. 35 sports sont concernés, avec souvent une pluralité d'événements et de disciplines au sein d'un même sport comme l'escrime ou l'athlétisme. Certains, comme les sports de combat, la gymnastique ou encore l'équitation sont plus représentés, mais c'est aussi le reflet des domaines dans lesquels traditionnellement la France excelle. Parmi ces 35 sports accueillis dans des grands événements sportifs, 24 sont des sports olympiques. Le Grand Paris est donc bien la capitale du sport, et pas celle d'un sport.

Et si dans l'absolu le nombre de grands événements sportifs internationaux a progressé au cours des 15 dernières années, cela s'est fait largement au bénéfice de Paris et beaucoup moins envers le reste de la Région Ile-de-France. En moyenne, seulement 4 événements sur 10 sont organisés extra-muros. Ce résultat peut paraître relativement équilibré mais le nombre d'événements organisés en dehors de Paris



Une stratégie collective d'attractivité pour l'accueil des grands événements permettrait, sous la bannière « Grand Paris », de mieux répartir ces manifestations là où leurs retombées sur les territoires sont les plus positives.

est à peu près stable (quoiqu'avec des variations qui ne sont pas à son avantage) depuis 2005, tandis que celui des événements intra-muros augmente régulièrement sur toute la période considérée.

Cette répartition et son évolution posent la question de l'attractivité des sites. On pourrait présumer que les grands événements sportifs ont lieu dans de grands équipements sportifs et que ceux-ci, par le foncier qu'ils occupent, se situent plutôt en dehors de la zone très dense. À l'examen pourtant, hormis le golf qui requiert des surfaces très conséquentes, tous les autres sports sont pratiqués à la fois dans et en dehors de Paris. Même les sports équestres sont répartis à parts égales entre Paris intra-muros et extra-muros. Autant que des installations particulières, c'est la magie d'un lieu et le prestige de l'adresse qui vont peser pour la localisation d'un événement.

Une stratégie collective d'attractivité pour l'accueil des grands événements permettrait, sous la bannière « Grand Paris », de mieux répartir ces manifestations là où leurs retombées sur les territoires sont les plus positives.

Mais avant de songer à accueillir plus d'événements, il faut d'abord veiller à ne point perdre ceux qui s'y déroulent déjà...

Si le "Trophée Lancôme" s'est arrêté alors qu'il était devenu un rendez-vous sportif important, ce n'est pas parce que l'herbe des green était plus verte ailleurs, mais parce que le principal sponsor s'est retiré. Dans le contexte de l'épidémie de Covid-19, un risque pèse sur la pérennité de certains sponsorings. Or ce ne sont pas des événements qui se mettent « en pause » pendant quelque temps pour reprendre facilement quelques années plus tard. D'autres métropoles mondiales, comme Dubaï ou Singapour, sont à l'affût. Si des grandes manifestations sportives, importantes pour l'attractivité de la France, devaient être mises en risque dans ce contexte, le soutien des pouvoirs publics pourrait être nécessaire pour ne pas laisser partir ces « actifs stratégiques ». Ajoutons à cela que la France dispose d'une expertise reconnue en matière d'événementiel sportif. Un événement sportif est un spectacle, et aussi une industrie et des savoir-faire à l'export qu'il faut préserver et développer.

Parmi les nouveaux grands événements sportifs qui se sont installés dans le Grand Paris depuis une dizaine d'années, 13 concernent des compétitions féminines ou parasportives. C'est dans cette voie que peut résider, à court et moyen terme, notre principal vecteur de développement. Une voie qui serait à la fois pragmatique – considérant qu'il est plus simple de dupliquer une manifestation déjà existante et connue que d'en créer de nouvelles – et un message que le Grand Paris se plairait à incarner : celui d'une métropole à la fois sportive, mixte et inclusive. ●

## LES GRANDS ÉVÉNEMENTS SPORTIFS INTERNATIONAUX AU SERVICE DE LA CONSTRUCTION MÉTROPOLITAINE : L'EXEMPLE BARCELONE

**La candidature parisienne à l'organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024 a suscité, comme les précédentes, de nombreuses études d'opportunités visant aussi bien à analyser les attentes des instances internationales ou de l'opinion publique en la matière, les forces et les faiblesses du dossier de la capitale, notamment au regard de l'échec de la candidature de 2012 (remportée par Londres), mais également les retombées espérées de l'organisation d'un tel événement.**

Depuis l'organisation de la Coupe du Monde 1998, la France comme sa région capitale ont développé une expertise reconnue en matière d'organisation de Grands Événements Sportifs Internationaux (GESI), en tirant largement les leçons des échecs passés. On loue aujourd'hui la capacité du Grand Paris à accueillir des événements et épreuves diversifiés, la qualité de ses infrastructures de transport, son offre hôtelière et de restauration de haut niveau, son expérience en matière d'organisation d'événements sportifs mais aussi culturels, la densité du tissu de bénévoles et le niveau élevé de sa pratique sportive, ou encore la volonté forte qu'il affiche en matière de lutte contre le dopage. Ces atouts permettent ainsi au Grand Paris d'être aujourd'hui classé au deuxième rang du classement 2019 Global Sports Impact Cities derrière Tokyo.

Pour autant les retombées économiques et sociales des GESI pour les territoires sont loin d'être évidentes et apparaissent très souvent surestimées. Les travaux du géographe Bent Flyvberg, effectués à partir d'un important traitement quantitatif de « megaprojects », montrent qu'il n'y a pas de « preuve » d'un retour sur investissement positif, mesurable et mécanique au regard des investissements consentis.

&gt;&gt;&gt;

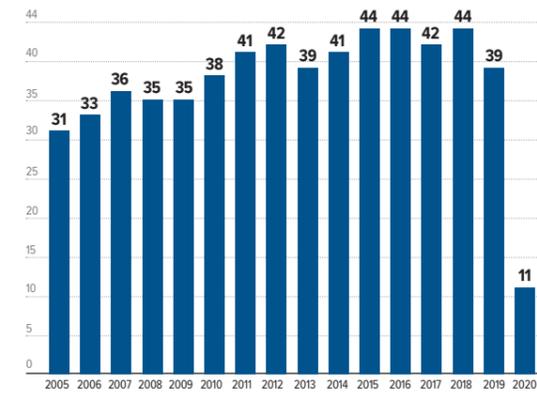
&gt;&gt;&gt;

Certes, d'autres facteurs plus indirects et parfois difficilement quantifiables peuvent entrer en compte dans les études d'opportunités de tels événements – le rayonnement métropolitain, l'augmentation de la pratique sportive, « l'héritage » en matière de projets, d'équipements et d'aménagement urbain –, mais force est de constater que ceux-ci suscitent des réactions encore mitigées chez les populations des métropoles concernées.

Faudrait-il pour autant cesser d'y voir un moteur de développement pour de grandes métropoles ? Probablement pas. D'une part parce que les grandes instances internationales changent progressivement leurs attentes et évoluent tendanciellement vers des modèles d'événements plus économes en matière d'infrastructures et d'équipements. D'autre part parce que l'ensemble du processus d'organisation d'un GESI, de la candidature à l'héritage, peut constituer un accélérateur de construction métropolitaine, en particulier en matière de gouvernance institutionnelle et économique. L'un des exemples les plus réussis à ce titre est sans nul doute Barcelone, qui a grandement su s'appuyer sur la candidature et l'organisation des Jeux Olympiques de 1992 pour fédérer un large panel d'acteurs publics et privés via son « Pla Estratègic Metropolità ». Association de droit privé à but non lucratif créée en 1990 sous l'impulsion de la ville de Barcelone, elle rassemble depuis 2003 les autres acteurs publics et privés de la gouvernance locale, comme la chambre de commerce, les associations d'entrepreneurs et d'élus, des syndicats patronaux et de salariés, l'université ou encore les autorités de gestion du port et de l'aéroport. Elle assure encore aujourd'hui un rôle de veille socio-économique et de promotion d'un positionnement stratégique de la métropole, co-construit de manière horizontale par l'ensemble des acteurs qui la composent.

C'est ainsi que des GESI peuvent constituer de formidables opportunités de construction d'une gouvernance métropolitaine, associant étroitement des acteurs publics et privés autour d'une vision stratégique et des projets communs. L'organisation de Paris 2024 et la gouvernance toujours en chantier du Grand Paris gagneraient probablement dans cette perspective à se nourrir mutuellement. ●

**Edouard Dequeker**, Professeur à la Chaire d'Économie urbaine, ESSEC Business School



**Grands Événements Sportifs Internationaux (GESI) dans le Grand Paris**

[1] Selon l'Institut Régional pour le Développement du Sport (IRDS), il s'agit de « compétitions majeures des disciplines sportives de haut niveau sans qu'il y ait de critères de fréquentation ou de médiatisation. Il s'agit des compétitions sportives seniors de niveau international ou continental ouvrant droit à un titre, un classement mondial ou appartenant à un circuit officiel » (Les Dossiers de l'IRDS, n°38, mars 2018 « Accueil des grands événements sportifs, montée en puissance et stratégies d'acteurs »).

[2] Développé par l'Agence de marketing sportif Sportcal, basée à Londres, cet indicateur se fonde sur l'analyse de 718 championnats du monde et événements multisports ayant eu lieu dans 83 pays en 2019, et attribue pour chacun un indice (GSI Event Rating) mesurant l'importance, l'affluence ou encore le rayonnement et la réussite. Ces indices sont ensuite pondérés sur 14 ans pour attribuer à chaque ville un coefficient de performance en matière d'accueil de grands événements sportifs.



SQY a parfaitement saisi les enjeux du sport et se positionne en tant que territoire sportif, hôte des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 (pour le Golf, le VTT, le BMX et le Cyclisme sur Piste).

© CHRISTIAN LAUTE



© CHRISTIAN LAUTE

## RYDER CUP : SAINT-QUENTIN- EN-YVELINES TERRE DE SPORTS

L'accueil de la Ryder Cup, en 2018, à Saint-Quentin en Yvelines (SQY), n'est pas un hasard.

**«L'accueil de la Ryder Cup, en 2018, à Saint-Quentin en Yvelines (SQY), n'est pas un hasard. C'est le fruit d'un travail entamé depuis longtemps, afin de faire de ce territoire une terre de sport, avec des grands événements sportifs internationaux, et une pratique sportive régulière, des habitants comme des salariés, dans un objectif de sport santé, de sport bien-être, de lien social mais aussi de dynamisme individuel et collectif.»**

Le sport est porteur de valeurs, il est fédérateur, il crée des liens. SQY a parfaitement saisi les enjeux du sport et se positionne en tant que territoire sportif, hôte des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 (pour le Golf, le VTT, le BMX et le Cyclisme sur Piste), avec une pratique du quotidien, accessible à tous grâce aux clubs et aux associations sportives (dans tous les domaines), ainsi qu'à ses équipements structurants que sont Le Golf National, Le Velodrome National, Le Stadium BMX et la Colline d'Élancourt, où sera aménagé le parcours VTT Olympique. L'héritage structurel des JOP de Paris 2024 est donc déjà là, bien réel et en fonctionnement, utilisable par tous les sportifs, du débutant au champion.

Les grands événements sportifs permettent de générer un nombre particulièrement important de retombées médias, financières, directes et indirectes. La Ryder Cup en est un exemple parfait, avec plus d'un milliard de téléspectateurs dans le monde, et une estimation à plus 20 millions d'euros des retombées financières de l'événement sur le territoire (Source étude Ministère des Sports). La Ryder Cup a ainsi permis à SQY de rayonner dans le monde entier, d'attirer des touristes « sportifs » et de se forger une image forte et dynamique, particulièrement intéressante dans le cadre du développement économique, de l'attractivité pour les implantations de sociétés, françaises ou étran-

gères. La construction du Velodrome National et l'installation de la Fédération Française de cyclisme en son sein permettent aujourd'hui de nouer des partenariats avec des entreprises génératrices d'innovations et d'emplois sur le territoire. Dans l'optique des JOP de Paris 2024, le Velodrome National a été sélectionné comme site test de la 5G, ouvrant la voie à des innovations technologiques, tant pour les entreprises que pour l'univers sportif.

Les sites Olympiques de SQY, la pratique sportive, sont donc un atout pour le territoire. Ils le sont d'autant plus que les infrastructures (gares, routes, vélo station, pistes cyclables, etc.) sont en constante évolution, progression, afin de faciliter les déplacements des usagers, qu'ils soient spectateurs de passage, citoyens locaux ou salariés qui les utilisent tous les jours. Là encore, la Ryder Cup a permis de faire la démonstration de l'efficacité des transports à SQY, en accueillant plus de 300 000 spectateurs sur la compétition, sans perturber le fonctionnement du quotidien, et ce avec fluidité. Le sport tient donc une place majeure à Saint-Quentin-en-Yvelines, aujourd'hui et pour les années à venir. ●

**Arnaud Courtier**, Conseiller Spécial pour les Jeux Olympiques & l'Héritage et Directeur des Sports.



© JEAN-JULIEN KRÄEMER

# Les Jeux Olympiques et Paralympiques

L'histoire des Jeux commence en Grèce il y a environ trois millénaires. En 1894, Pierre de Coubertin lance le projet de réinstauration des Jeux et crée par la même occasion le Comité International Olympique, à Paris. C'est donc depuis la France que ces "nouveaux Jeux" refont surface.



En 1896, à Athènes, une première édition de nos Jeux Olympiques de l'ère moderne voit le jour. Les Jeux d'hiver suivront en 1924 avec une première édition à Chamonix-Mont-Blanc après que Paris a organisé la même année les Jeux d'été.



## IMPACTS ET ENJEUX POUR LE GRAND PARIS : SE POSITIONNER COMME ÉTANT LA CAPITALE MONDIALE DU SPORT ET LE RESTER

Paris 2024 s'engage à laisser un héritage fort au-delà des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris, cela fait partie de notre ADN. Cette volonté d'aller aussi loin en matière d'héritage est une première dans l'organisation des Jeux.

Notre ambition majeure est d'utiliser l'événement comme un levier permettant d'accélérer la place du sport dans notre société.

Nous travaillons pour qu'il y ait un avant et un après en terme de pratique sportive dans la région Île-de-France. La première ambition est de lutter contre la sédentarité, de manière active en facilitant et en donnant accès à la pratique sportive là où les citoyens sont. Nos différentes actions vont permettre à notre territoire de se différencier vis-à-vis des grandes métropoles étrangères.



Le label "Terre de Jeux Paris 2024" a été créé pour engager l'ensemble du territoire français.

## BOUGER PLUS À L'ÉCOLE

Nous avons pour objectif de changer les habitudes, profondément et dès le plus jeune âge. Avec le dispositif "30 minutes d'activité physique à l'école primaire", instauré en collaboration avec le Ministère de l'Éducation Nationale, nous incitons les écoles à consacrer aux enfants, chaque jour, un temps pour la pratique d'une activité physique. Depuis septembre 2021, près de 500 000 enfants dans 7 000 écoles font 30 minutes d'activité physique de plus chaque jour dans leur classe grâce aux Jeux.

Derrière ce dispositif existe un réel enjeu de santé publique. Ici, nous avons donc un levier nous permettant d'être en accord avec les recommandations de l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) qui préconise une heure d'activité physique par jour pour les enfants de 6 à 17 ans.

## BOUGER PLUS SUR SON LIEU DE TRAVAIL

Le village olympique situé en Seine Saint-Denis mobilise actuellement 3 000 salariés qui œuvrent pour sa bonne réalisation. Ces personnes ont désormais l'occasion, tous les matins, de participer à une activité physique proposée. La Fédération Française du Sport en Entreprise, l'association Ciel Bleu ou encore la Fédération Française d'Athlétisme nous apportent leur expertise sur le sujet et permettent un accompagnement personnalisé, nécessaire pour un public parfois novice. Également, des rencontres sont organisées entre les athlètes et les salariés afin de les initier aux différentes pratiques sportives et de leur faire vivre au maximum l'expérience des Jeux.

Ce village doit être démonstrateur de bonnes pratiques et prouver que des actions en faveur du sport sont simples à mettre en place au sein des entreprises. Nous devons aller encore plus loin en mobilisant toutes les fédérations sportives et en étoffant l'offre à destination des salariés sur leur lieu de travail.

## LE SPORT EN VILLE : "UTILISER LE SPORT COMME LEVIER DE CHANGEMENT POUR LA SOCIÉTÉ"

Le label "Terre de Jeux Paris 2024" a été créé pour engager l'ensemble du territoire français. Le rôle des villes labellisées est d'apporter plus de sport au quotidien de leurs citoyens, en proposant des solutions simples, adaptées et efficaces.

Le rôle de Paris 2024 est d'accompagner ce réseau. Pour cela, nous avons créé un guide de "design actif" qui renseigne toutes les solutions pour qu'une ville puisse aménager facilement son territoire en fonction de ses moyens.

Pour prendre un exemple, une ville disposant de peu de ressources pourra aménager les cours de récréation de ses écoles en réalisant des marquages au sol.

Un accord existe également entre Paris 2024 et l'association Coeur de Ville qui s'est engagée à accompagner financièrement 100 villes sur ces sujets d'accessibilité à l'activité physique.

En complément, Paris 2024 a créé un fonds de dotation qui permet d'accompagner l'innovation sociale par le sport. Ce fonds vient en aide aux acteurs qui innovent et agissent en faveur de la société.

Suite à un appel à projets lancé en collaboration avec l'Agence Nationale du Sport (ANS), le Comité National Olympique et Sportif Français (CNOSF) et le Comité Paralympique et Sportif Français (CPSF), 224 projets d'innovation sociale par le sport ont pu être accompagnés. Ces projets permettent, par le sport, de répondre aux problématiques sociétales et de rapprocher les individus.

## RÉPARTIR L'IMPACT ÉCONOMIQUE

La stratégie est que ces Jeux représentent une opportunité pour tous, notamment pour ceux qui sont souvent éloignés, marginalisés, de ce type de manifestations et de leurs opportunités.

Les TPE et PME sont donc ciblées, ainsi que les entreprises de l'économie sociale et solidaire (ESS).

Pour cela, nous avons travaillé très en amont, dès 2019, avec la création de deux plateformes : "Entreprises 2024", destinée aux TPE/PME et "ESS 2024", dédiée aux entreprises de l'Économie Sociale et Solidaire,

&gt;&gt;&gt;

pour les préparer à pouvoir répondre aux appels d'offre liés au Jeux. Ces plateformes permettent aux entreprises de mieux appréhender les exigences et ainsi, d'optimiser leur probabilité d'obtention de marchés. A deux ans et demi des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, sur les 5 milliards d'euros de marchés déployés pour organiser et livrer les Jeux, près de 30% de marchés ont été passés. Parmi les entreprises prestataires, 2/3 représentent des petites et moyennes entreprises et plus de 200 structures de l'ESS sont attributaires de nos marchés, ce qui est conséquent par rapport aux précédentes organisations.

Également, et pour rapprocher les personnes éloignées de l'emploi, un dispositif de job dating intitulé "Du stade vers l'emploi" a été lancé en 2020. Il consiste à créer des rencontres entre recruteurs et demandeurs d'emploi dans un contexte sportif décomplexé. Ces rencontres leur permettent, sur un stade, de mettre en valeur leur leadership, leur combativité ou encore leur solidarité. 50 rencontres ont eu lieu jusqu'à présent et il y en aura encore 100 en 2022. Nous allons étendre ces rencontres à un maximum de disciplines et pourrons compter sur le soutien de l'Etat qui a décidé d'étendre le dispositif au-delà de 2024.

### LES CHANGEMENTS ET L'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE

Nous avons une gestion minimaliste de l'organisation de ces Jeux 2024, en évitant totalement les éléphants blancs. On ne construit pas pour un événement sportif, on construit dans un objectif territorial, en réponse à des besoins. Cela se traduit par l'implantation du village olympique à Saint-Denis, dans le quartier Pleyel, car il y avait déjà un projet d'aménagement immobilier. Il en est de même pour le village des médias au Bourget. Ces projets sont accélérés, bonifiés par les Jeux. Ils doivent devenir des écoquartiers exemplaires. 4 000 logements sont créés entraînant la rénovation et l'apparition de quatre groupes scolaires, un lycée et des équipements sportifs.

Un seul équipement sportif doit être construit et il répondra à une carence en Seine Saint-Denis. Le centre aquatique, qui sera installé en face du Stade de France, se transformera en piscine municipale au lendemain des Jeux.

En Île-de-France, en 2020, nous avons installé quatre piscines temporaires dans des villes de Seine-Saint-Denis pour apprendre la natation à 2 000 enfants. Ce dispositif sera reconduit jusqu'en 2024. A l'issue

des Jeux, la dizaine de bassins qui auront été installés temporairement comme sites de compétition, d'entraînement ou d'échauffement en amont et pendant les Jeux seront définitivement déplacés et installés dans des villes de Seine Saint-Denis.

Nous préparons donc dès aujourd'hui l'après-Jeux afin que les habitants profitent pleinement des nouveaux équipements à venir.

Nous avons à chaque fois la logique d'aller au bout de la démarche avec des ouvrages olympiques qui permettent l'accueil des Jeux mais répondent également à des besoins de société. L'héritage est matériel et immatériel.

### L'HÉRITAGE AU CENTRE DE LA STRATÉGIE

La notion d'héritage comme axe prioritaire est une première dans l'organisation des Jeux Olympiques et c'est un réel parti pris, assumé par Paris 2024. Ça a également été l'adoption d'une stratégie dès 2019 avec un budget dédié de 50 millions d'euros qui permet de mettre en place de nombreuses actions en faveur de la société, grâce au sport. À l'inverse des précédents comités d'organisation étrangers, nous avons d'abord sécurisé les fonds alloués à nos actions liées à l'héritage pour assurer nos engagements.

Ces premiers Jeux positifs en carbone le prouvent. Toutes nos actions valorisent l'économie circulaire et répondent à des besoins. A chaque étape, la notion d'héritage est réfléchie et tout ce qui est utilisé lors de ces Jeux doit avoir une utilité au-delà.

Avec l'organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques en 2024, le Grand Paris a l'occasion d'être perçu comme étant la capitale mondiale du sport. L'héritage permettra de le rester. ●

Marie Barsacq, Directrice Impact et Héritage Paris 2024



© DR



PARIS ÎLE-DE-FRANCE  
CAPITALE ÉCONOMIQUE



**GRAND  
PARIS  
CAPITALE  
MONDIALE  
DU SPORT**

© FRED SAVARIT



Notre ambition majeure est d'utiliser l'événement comme un levier permettant d'accélérer la place du sport dans notre société.

© DR