

## Le sport business

### Repenser les stratégies gagnantes du sport business en France

Pour remporter la bataille de l'audience et des revenus, il est indispensable pour l'ensemble des acteurs du sport de faire jouer leur interdépendance stratégique. Pour ce faire, ils doivent intégrer des logiques de partenariat en maîtrisant toutes les implications stratégiques. Dans ce contexte d'intense concurrence, quels sont les leviers de création et de capture de valeur les plus performants ? Sur quels actifs stratégiques miser pour s'imposer sur le terrain médiatique et maximiser les profits ? Une certitude demeure : les inflexions économiques et stratégiques qui sont à l'œuvre présagent d'une mutation inédite de l'environnement concurrentiel du sport business. L'étude de Precepta vous présente les rapports de forces des différents acteurs et les modèles possibles du sport business.

**Thibaud Brejon de Lavergnée**  
Directeur d'études  
**Precepta**

#### **PRECEPTA, pour éclairer le changement stratégique**

Pour éclairer le changement et les stratégies innovantes, Precepta décrypte les inflexions de la concurrence et des business models sectoriels. Dans un monde en plein bouleversement technologique et dans une compétition mondialisée, notre vocation est de stimuler votre réflexion stratégique. Car, les entreprises sont aujourd'hui confrontées à une remise en cause multiforme de leurs modèles économiques.

La montée en puissance des plateformes collaboratives, les nouvelles formes de demandes, l'accélération du e-commerce, l'apparition de nouveaux produits et objets intelligents et connectés, de nouveaux matériaux, de nouveaux assemblages entre produits et services constituent quelques illustrations de ces bouleversements qu'analysent dans leurs études les experts de Precepta, tous spécialistes de leur domaine d'activité.

Precepta, filiale du groupe Xerfi, a accumulé plus de 25 ans d'expérience dans l'analyse des entreprises et de la compétition sectorielle.



- **Les clubs de football professionnels**  
(janvier 2016, 5SCO04)
- **Sporting Goods Companies**  
(juillet 2015, 5XDIS04)
- **La gestion privée d'installations sportives**  
(avril 2015, 5SCO10)
- **World Sports Franchise Business**  
(mars 2014, 4XSME01)

Retrouvez sur le site [xerfi.com](http://xerfi.com) le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises.

Pour recevoir votre étude **IMMEDIATEMENT**, commandez directement sur : **XERFI.COM**

- ❶ Rentrez le code **6SME49** dans la barre de recherche pour la retrouver
- ❷ Achetez l'étude directement en ligne par carte bancaire
- ❸ Recevez votre étude dès la finalisation du paiement en format pdf sur votre compte client Xerfi.com

Pour toute prestation personnalisée (présentation, conférence, étude sur mesure, etc.), contactez Laurent Marty, Directeur Associé, [lmarty@xerfi.fr](mailto:lmarty@xerfi.fr)

## BON DE COMMANDE

Réf : **6SME49/PTA**

à retourner à :  
PRECEPTA Groupe Xerfi - 13-15, rue de Calais - 75009 Paris  
Email : [commande@xerfi.fr](mailto:commande@xerfi.fr) - Téléphone : 01 53 21 81 51

### Le sport business

Repenser les modèles stratégiques du sport business en France

#### MODE DE RECEPTION DE L'ETUDE COMMANDEE

1 version papier

**2 500 EUR HT**  
2 637,50 EUR TTC  
(TVA 5,5%)



1 version PDF

**2 900 EUR HT**  
3 059,50 EUR TTC  
(TVA 5,5%)  
**Avec le vidéo report**



1 version papier  
1 version PDF

**3 295 EUR HT**  
3 476,23 EUR TTC  
(TVA 5,5%)  
**Avec le vidéo report**



1 version PDF  
avec 5 droits de diffusion

**5 000 EUR HT**  
5 275,00 EUR TTC  
(TVA 5,5%)  
**Avec le vidéo report**



#### INFORMATIONS CLIENT

Société : \_\_\_\_\_

Siret : \_\_\_\_\_

Nom & prénom : \_\_\_\_\_

Fonction : \_\_\_\_\_

Adresse : \_\_\_\_\_

Code postal : \_\_\_\_\_

Ville : \_\_\_\_\_

Téléphone : \_\_\_\_\_

E-mail : \_\_\_\_\_

TVA intracommunautaire pour les achats hors France : \_\_\_\_\_

#### MODE DE REGLEMENT CHOISI

- dès réception de l'étude et de la facture
- chèque ci-joint à l'ordre de Xerfi DGT
- par carte bancaire sur [www.xerfi.com](http://www.xerfi.com)

Facture avec la livraison. Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture  
En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.  
Tarifs valables jusqu'au 31/03/2017

**Date, Signature et Cachet :**

# Le sport business

## Repenser les modèles stratégiques du sport business en France

### ① PRECEPTA INSIGHTS

Precepta met à votre disposition toute sa réflexion stratégique dans **un tout nouveau rapport opérationnel, Precepta Insights**. Concis, structuré et percutant, ce rapport a été conçu de manière à stimuler votre réflexion stratégique, tout en optimisant votre temps de lecture. Vous y trouverez les grandes conclusions de l'étude, dont voici un aperçu exclusif :

**La création et la capture de la valeur imposent aux écosystèmes sportifs une réelle vision stratégique sur les plans collectifs et individuels.** Toute compétition sportive doit inévitablement se structurer autour de partenaires complémentaires, décidés à agir collectivement pour conquérir l'arène médiatique et maximiser le profit collectif. Pour autant, les stratégies individuelles de domination sont indispensables pour figurer en bonne place dans l'écosystème et capter une part substantielle de la valeur créée. Precepta vous donne les clés de compréhension et de résolution de ce dilemme stratégique.

#### **Sportifs, enceintes et marques fortes : le triptyque d'une création de valeur pérenne.**

Precepta analyse les stratégies les plus efficaces pour attirer et valoriser ces 3 actifs :

- les athlètes : ils sont une source d'attractivité, c'est-à-dire des « ressources essentielles » à la compétition qui vont inciter, ou non, les opérateurs tiers à intégrer l'écosystème ;
- les enceintes sportives : elles sont des actifs durables, qui permettent d'optimiser les revenus directs des organisateurs et de construire une galaxie de services complémentaires ;
- la marque : elle est capitale dans un contexte de concurrence élevée entre écosystèmes. Le club, la compétition et les sponsors doivent investir dans une marque forte et évocatrice.

**A l'horizon 2025, deux scénarios du sport business ont retenu notre attention.** Le premier envisage une accélération de la concentration des revenus sur quelques sports et du déséquilibre du modèle économique des compétitions nationales. Le second expose un bouleversement plus profond du sport professionnel, avec l'émergence d'un dualisme en Europe : d'un côté des ligues fermées réservées à peu d'opérateurs, et de l'autre des compétitions nationales ouvertes, propices à la différenciation et à la promotion. Precepta délivre sa vision prospective du sport et analyse les stratégies gagnantes pour se préparer au changement.

### ② LE VIDEO REPORT

Notre analyse stratégique est complétée par une présentation vidéo de 20 minutes. Chapitrée en séquences courtes, elle présente les conclusions opérationnelles de l'étude et revient de façon originale sur certains concepts clés. Cette innovation exclusive de Precepta, qui marie explications orales et schémas explicatifs, vous permet de vous réappropriier l'étude sous une forme pédagogique, vivante et interactive.

### 3 LE RAPPORT D'ANALYSE STRATÉGIQUE

Le rapport d'analyse stratégique est construit pour éclairer le changement et les stratégies innovantes, décrypter les inflexions de la concurrence et les business models sectoriels.

- **LES STRATÉGIES GAGNANTES DES ÉCOSYSTÈMES SPORTIFS**

La compétition doit être pensée comme un écosystème réunissant une multitude d'acteurs pour gagner la bataille de l'audience et des revenus. Dans cet espace, comment s'organisent les relations entre les différentes parties prenantes (organismes, médias, sponsors, etc.) ? Quelles stratégies mettent-elles en œuvre pour maximiser la médiatisation et la réputation de la compétition ? Quels sont les rapports de force et comment la valeur se répartit-elle entre eux ?

- **LA VALORISATION DES TROIS ACTIFS STRATÉGIQUES CLÉS DU SECTEUR**

La réussite et la durabilité d'un écosystème sont conditionnées à sa capacité à s'appuyer sur trois actifs stratégiques essentiels : les athlètes, l'enceinte sportive et la marque. Des actifs qu'il lui faudra valoriser et défendre pour percer sur le terrain médiatique et économique. Toutefois, les compétitions ne seront pas résilientes face aux transformations et aux investissements qu'impliquent de tels actifs.

- **LES PROBLÉMATIQUES ÉCONOMIQUES ET STRATÉGIQUES DES LIGUES FERMÉES**

A moyen terme, il n'est pas exclu que les ligues fermées deviennent le nouvel enjeu des clubs professionnels européens. Quels sont les principes de fonctionnement et les intérêts stratégiques de telles ligues ? Comment le modèle américain peut-il être transposé sur le Vieux Continent, tout en respectant les spécificités de la culture sportive européenne.

### 4 LE RAPPORT INTELLIGENCE DATA

Le rapport Intelligence Data permet de prendre connaissance des tendances structurelles et comprendre le panorama concurrentiel.

- **LES MARCHÉS DU SPORT EN FRANCE**

Les fondamentaux du sport en France, les chiffres clés des compétitions sportives françaises (le chiffre d'affaires, les droits télévisés, la fréquentation du public, etc.) et de l'activité des parties prenantes des événements (les enceintes sportives, les fabricants et distributeurs d'articles de sport, les sites de paris sportifs, etc.) pour comprendre le contexte économique.

- **LES ACTEURS DU SPORT EN FRANCE**

Precepta présente les données clés des principaux acteurs des écosystèmes du sport professionnel : les organisateurs des compétitions, les médias, les sponsors, les gestionnaires d'enceintes sportives, les fabricants et les distributeurs d'articles de sport, les sites de paris sportifs.

Pour recevoir votre étude **IMMÉDIATEMENT**, commandez sur : **XERFI.COM**

- 1 Renseignez le code **6SME49** dans la barre de recherche pour la retrouver
- 2 Achetez l'étude directement en ligne par carte bancaire
- 3 Recevez votre étude dès la finalisation du paiement en format pdf sur votre compte client Xerfi.com



## ACTEURS CONCERNÉS PAR NOTRE ANALYSE

#### ENSEMBLE DES CLUBS PROFESSIONNELS

BAYERNE MUNICH  
JUVENTURS TURIN  
OLYMPIQUE LYONNAIS  
OLYMPIQUE DE MARSEILLE  
PARIS SAINT-GERMAIN  
RACING METRO 92  
RC TOULON  
REAL MADRID  
STADE TOULOUSAIN

(Liste non exhaustive)

#### AUTRES ENTREPRISES

ACCORHOTELS  
ADIDAS  
AIR LIQUIDE  
AREMA  
AMER SPORTS  
ANTA  
ASICS  
BEIN SPORTS  
BETCLIC  
BNP PARIBAS  
BOUYGUES  
BWIN  
CARREFOUR  
CITROËN  
COLUMBIA  
CYCLELAB  
DÉCATHLON  
EIFFAGE  
ENGIE  
EUROSPORT EVENTS  
FEDEX  
FRANCE TÉLÉVISIONS  
GO SPORT  
GROUPE ALTICE  
GROUPE CANAL +  
GROUPE L'EQUIPE  
GROUPE M6  
IBM  
HTC  
IMG  
INTERSPORT  
LAGARDÈRE SPORTS & ENTERTAINMENT  
LACOSTE  
LA FRANÇAISE DES JEUX  
LIGUE DE FOOTBALL PROFESSIONNEL (LFP)  
LIGUE NATIONALE DE RUGBY (LNR)  
MA CHAÎNE SPORT  
MATCH HOSPITALITY MCDONALD'S  
MIZUNO  
NIKE  
ORANGE  
PARI MUTUEL URBAIN  
PEN DUICK  
PERRIER  
PEUGEOT  
PUMA  
QATAR SPORTS INVESTMENTS  
QUATERBACK  
QUIKSILVER  
RED BULL  
RENAULT  
ROSSIGNOL  
SFR  
SPORT 2000 INTERNATIONAL  
TF1  
TURKISH AIRLINES  
TV SPORTS EVENTS  
UNDER ARMOUR  
VF CORPORATION  
VINCI  
VOLKSWAGEN

...  
(Liste non exhaustive)

