

SPORSORA

AGIR ENSEMBLE POUR
L'ÉCONOMIE DU SPORT

Comment inciter le secteur privé à investir dans le sport français ?

Les propositions de SPORSORA

Audition Assemblée Nationale
Groupe d'études sur
l'économie du sport

30 mai 2018

SOMMAIRE

INTRODUCTION

Présentation de SPORSORA.....	p.3
Contexte.....	p.4

INVESTISSEMENTS

1. Créer des sociétés de financement du sport à la manière des Sofica.....	p.5
2. Élargir le « 1% artistique » aux ouvrages sportifs.....	p.6

MÉCÉNAT

3. Permettre la mention des sportifs de haut niveau dans des conventions de mécénat.....	p.7
4. Augmenter le seuil de mécénat pour les TPE/PME connu sous le nom de « 5 pour mille ».....	p.8

SPORT EN ENTREPRISE

5. Inclure une mention sur le bien-être et l'APS dans le reporting RSE des entreprises.....	p.9
6. Encourager des programmes de prévention en entreprise par les fédérations sportives.....	p.10

SPONSORING & MÉDIAS

7. Légaliser la publicité virtuelle.....	p.11
8. Promouvoir la pratique du naming.....	p.12

SPORT SANTÉ

9. Réflexion en cours.....	p.13
----------------------------	------

PORTEURS DU PROJET.....	p.14
--------------------------------	-------------

INTRODUCTION

SPORSORA, agir ensemble pour l'économie du sport

PRÉSENTATION DE SPORSORA

SPORSORA est l'organisation référente pour penser et influencer le développement de l'économie du sport. S'appuyant sur une convergence d'expertises et l'influence d'un collectif depuis 1994, elle a pour missions de décrypter les grandes tendances du secteur et les enjeux du sport de demain, tout en portant une vision responsable et durable.

Forte d'un réseau engagé et connecté de plus de 200 entités, SPORSORA promeut à travers ses multiples activités le sport comme levier d'innovation, de management et de communication. SPORSORA représente un écosystème global, expert et dynamique composé représentant des annonceurs, des détenteurs de droits, des agences, prestataires et cabinets d'études, des médias, des institutionnels...

Le 14 mars 2018, SPORSORA lançait son groupe de travail « Relations Institutionnelles » avec pour objectif d'identifier des dispositifs simples permettant d'encourager les financements privés dans le sport afin de répondre à des besoins croissants confrontés à la baisse des dépenses publiques. Composé de parties prenantes venant d'horizons variés (annonceurs, détenteurs de droits, institutions, médias, etc.), le groupe s'est appuyé sur les expériences de ses membres pour recenser les sujets clés sur lesquels SPORSORA peut porter des propositions de façon proactive, consensuelle et dans l'intérêt général du sport français.

Entités impliquées dans le groupe « Relations Institutionnelles » :

Admical	Institut de recherche bio-médicale et d'épidémiologie du sport (IRMES)
AFP	Kettler France
AG2R La Mondiale	Lidl
Amaury Sport Organisation (ASO)	Ligue Nationale de Basket
Association nationale des ligues de sport professionnel (ANLSP)	Ligue Nationale de Handball
Bertoni&co	Nestlé Waters
BNP Paribas	NextRégie
Cap Conseil	RMC Sport
FF Basketball	Poulmaire – Avocat & Fiduciaire
FF Sport d'Entreprise	Sport & Citoyenneté
Fondation Pacte de Performance	Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs (SELL)
Groupe MAIF	Thierry Braillard & Associés
	Union Sport & Cycle

INTRODUCTION

SPORSORA, agir ensemble pour l'économie du sport

CONTEXTE

Le sport constitue un secteur économique à part entière (38 milliards d'euros, près de 2% du PIB), en croissance constante et pourvoyeur d'emplois.

Fort d'une dynamique très favorable, le secteur du sport français est d'autant plus porteur que **la France accueillera successivement des grands événements sportifs internationaux de premiers plans** : Ryder Cup 2018, Championnat d'Europe de handball féminin 2018, Coupe du monde football féminin 2019, Championnat d'Europe de volleyball masculin 2019, Championnat d'Europe d'athlétisme 2020, Coupe du monde de rugby masculin 2023 et les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024.

Néanmoins, malgré l'obtention de l'organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques 2024 à Paris, **le budget public du sport français a été revu à la baisse en 2018**, en particulier celui du CNDS qui bénéficie de 186 millions d'euros en crédits de paiement (contre 253 millions d'euros en 2017) et 153 millions d'euros en autorisations d'engagement (contre 261 millions d'euros en 2017) pour l'exercice 2018. Les objectifs du sport français sont de plus en plus ambitieux ; ses financements publics sont en baisse : **comment faire mieux avec moins de moyens ?**

Pour résoudre cette équation délicate, **SPORSORA juge nécessaire d'encourager de nouveaux investissements** afin de répondre aux ambitions légitimes du sport français dans un écosystème sportif français riche en opportunités. En effet, plusieurs constats appellent à agir :

1. De nombreuses marques ont déjà intégré le sport sous différentes formes dans leur stratégie mais il reste encore un potentiel d'entreprises important à mobiliser dans le sport en France,
2. Les détenteurs de droits et les sportifs ont de nombreux besoins pour se développer,
3. Le sport gagne progressivement de l'importance dans la vie quotidienne des citoyens qui se soucient de plus en plus de problématiques liées à leur santé et leur bien-être,
4. L'économie du sport français dispose d'un écosystème riche, varié et innovant.

La présente note permet de recenser des propositions répondant à ce besoin d'investissement. Certaines propositions interviennent dans le cadre législatif, d'autres sont d'ordre réglementaire ou répondent à des initiatives parallèles et sont mentionnées à titre informatif.

Ces propositions font l'objet d'un consensus au sein de notre groupe de travail et du conseil d'administration de SPORSORA, représentatifs de tous les types d'acteurs de l'économie du sport.

INVESTISSEMENTS

1. Créer des sociétés de financement du sport à la manière des Sofica.

Texte source : Loi du 11 juillet 1985 portant diverses dispositions d'ordre économique et financier

OBJECTIFS RECHERCHÉS

- Permettre aux citoyens de participer activement au développement du sport en ouvrant un dispositif de financement par les particuliers,
- Générer des investissements dans l'écosystème du sport qui n'existent pas aujourd'hui,
- Proposer la possibilité de flécher ces investissements sur des priorités définies par le gouvernement,
- S'inspirer du développement réussi d'autres secteurs comme le cinéma.

Les souscriptions en numéraire, par des personnes physiques, au capital initial ou aux augmentations de capital de **sociétés pour le financement d'œuvres cinématographiques ou audiovisuelles –Sofica–** ouvrent droit à une réduction d'impôt sur le revenu. Les Sofica peuvent en bénéficier si elles consacrent au moins 10% de leurs investissements à des sociétés de réalisation et 10% au financement de séries audiovisuelles ou de l'exportation. Ce dispositif a bénéficié au cinéma français depuis 1985, aujourd'hui fleuron du patrimoine culturel participant au rayonnement de la France dans le monde.

À l'heure de préparer les Jeux de Paris 2024, pourquoi ne pas accompagner le sport comme l'a été le cinéma depuis plus de 30 ans ? La mécanique proposée par les Sofica peut être tout à fait adaptée au développement du sport, encourageant des particuliers, des professionnels du sport ou d'autres opérateurs à investir dans des équipements sportifs ou des manifestations sportives.

Le gouvernement semble très attaché au développement de la pratique sportive en France et à son intérêt dans un objectif de santé publique (objectif de 3 millions de pratiquants supplémentaires). **Encourager les citoyens à soutenir l'écosystème sportif dans son ensemble** permettrait d'inciter à la pratique tout en la pérennisant. Par exemple, une « Sofisport » pourrait participer au financement des maisons du sport-santé inscrites dans la feuille de route de la ministre des Sports, Laura Flessel, en fléchant les investissements sur les actions considérées prioritaires.

Les fonds qui seraient générés ne sont pas mobilisés pour financer le sport aujourd'hui. Il en est de même pour les avantages fiscaux impliqués par ces investissements : **créer un tel dispositif n'aurait donc pas d'impact négatif sur les comptes publics actuels.** Cela permettrait même de compléter certaines parties du budget engagé par le ministère, par exemple pour le cas des maisons du sport-santé.

SPORSORA propose la création de sociétés pour le financement du sport –'Sofisport'– pour lesquels des souscriptions en numéraire, par des personnes physiques, au capital initial ou aux augmentations de capital ouvriraient droit à une réduction d'impôt sur le revenu à définir.

Annexe :

Présentation des Sofica par **le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC)**

<http://www.cnc.fr/web/fr/sofica>

INVESTISSEMENTS

2. Élargir le « 1% artistique » aux ouvrages sportifs.

Texte source : Décret n°2002-677 du 29 avril 2002 relatif à l'obligation de décoration des constructions publiques et précisant les conditions de passation des marchés ayant pour objet de satisfaire à cette obligation

OBJECTIFS RECHERCHÉS

- Participer au développement du sport urbain, enjeu central dans l'organisation des villes et le rapport des citoyens à leur environnement public,
- Permettre aux collectivités de flécher des fonds vers les besoins qu'ils jugent prioritaires pour le bien-être de leurs concitoyens,
- Promouvoir une nouvelle source de financement du sport sur tout le territoire français.

1% du budget d'un ouvrage immobilier public doit être destiné à la décoration de celui-ci ou de ses abords par des œuvres d'art. Élargir ce dispositif à des petits équipements sportifs permettrait d'aider les collectivités locales dans leurs investissements en matière de projets sportifs urbains.

Dans un contexte où se développe fortement la pratique du sport urbain (note SportEco n°13 publiée par l'Observatoire de l'Économie du Sport, Ministère des Sports), l'élargissement du « 1% artistique » à des ouvrages sportifs constituerait une opportunité de structurer les espaces publics en ce sens. L'organisation des villes se transforme continuellement et doit s'adapter aux tendances. La pratique du sport en utilisant les équipements de la cité (équipements sportifs ou non comme les bancs, les escaliers, etc.) fait partie de l'évolution du rapport des citoyens à leur environnement public.

Dans le cadre de constructions publiques, SPORSORA propose d'élargir aux réalisations sportives l'obligation d'achat ou de commande de réalisations artistiques soit par **la création d'un « 1% sportif »**, soit **en ajoutant au dispositif existant un fléchage vers des ouvrages sportifs** de façon cohérente avec les besoins des collectivités.

Annexe :

Note SportEco n°13 de l'Observatoire de l'Économie du Sport, « La valorisation du sport dans les espaces urbains métropolitains », Ministère des Sports (3 mai 2018)

http://www.sports.gouv.fr/IMG/pdf/sporteco_espacesurbains.pdf

MÉCÉNAT

3. Permettre la mention des sportifs de haut niveau dans des conventions de mécénat.

Texte source : Code général des impôts, article 238 bis ; Loi n°2003-709 du 1er août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations (loi dite « Aillagon »)

OBJECTIFS RECHERCHÉS

- Rassurer et éclairer les entreprises sur les dispositifs d'accompagnement des sportifs de haut niveau,
- Faire connaître des outils qui existent pour accompagner les athlètes dans leurs quotidiens d'entraînement et de compétition,
- Stimuler l'accompagnement financier de la Génération 2024 pour assurer l'épanouissement des jeunes athlètes mais aussi encourager le rayonnement du sport français.

Sur les 450 athlètes français présents aux Jeux Olympiques de Rio 2016, **la moitié vivaient sous le seuil de pauvreté**. Pour répondre à cette problématique, l'enjeu est double : il faut à la fois protéger les athlètes et construire un projet professionnel « après-carrière » qui leur correspond. C'est l'ambition du **Pacte de Performance** qui œuvre pour garantir aux athlètes un niveau de ressource décent, pour envisager ce double-projet sportif et professionnel en toute sérénité.

Tous les dispositifs existent pour permettre aux entreprises de soutenir les sportifs de haut niveau, sauf la possibilité de mentionner nominalement les sportifs dans les conventions de mécénat (le Code général des impôts ne permet pas d'adresser des fonds de mécénat à des individus). Cette restriction freine les entreprises à s'engager dans de tels accords, dans la mesure où les dispositifs manquent de transparence. Les entreprises ont besoin d'être rassurées sur la destination des fonds pour s'engager. Afin de permettre aux athlètes de bénéficier de ces fonds, il est nécessaire d'optimiser les outils existants et faciliter les relations possibles entre entreprises et sportifs de haut niveau, notamment dans l'optique de l'accompagnement de la génération Paris 2024.

Pour compléter cette réflexion, SPORSORA organise le 8 juin 2018 une rencontre entre différents experts (Admical, Fondation Pacte de Performance), des entreprises (FDJ, Icade) ainsi que tout acteur souhaitant s'impliquer dans l'accompagnement d'athlètes afin d'identifier les leviers à actionner pour encourager ces dispositifs.

Afin que les sportifs de haut niveau se préparent dans les meilleures conditions possibles et participer au rayonnement de la France, **SPORSORA souhaite porter un amendement à la loi Aillagon pour permettre de flécher directement des conventions de mécénat vers les sportifs de haut niveau.**

Annexe :

« **Mission d'étude pour la haute performance sportive** », Claude Onesta pour le Ministère des Sports, (janvier 2018)

http://www.sports.gouv.fr/IMG/pdf/20180123_rapport_hp21.pdf

Ressources de la Fondation Pacte de Performance

<http://pactedepformance.org/>

MÉCÉNAT

4. Augmenter le seuil de mécénat pour les TPE/PME connu sous le nom de « 5 pour mille »

Texte source : Code général des impôts, article 238 bis

OBJECTIFS RECHERCHÉS

- Permettre à des entités sportives locales de bénéficier de fonds supplémentaires pour leurs activités,
- Permettre à des petites et moyennes entreprises de s'investir d'avantage dans le mécénat à destination de structures locales dont beaucoup sont des associations sportives,
- Encourager la pratique sportive locale pour nos concitoyens.

Le sport français est très visible au niveau professionnel mais **repose énormément sur le monde amateur et le sport local**. Les milliers de clubs sportifs répartis sur le territoire sont soutenus par des entreprises locales, permettant de développer l'offre sportive pour tous, notamment par du mécénat.

Aujourd'hui, les entreprises sont soumises à **un seuil de mécénat limité à 0,5 % de leur chiffre d'affaires**. Ainsi, selon les constats de l'Admical (association engagée pour la défense du mécénat d'entreprise en France), « *une entreprise qui réalise 100 000€ de chiffre d'affaires ne peut bénéficier de l'avantage fiscal que pour des dons n'excédant pas 500€* ». Ainsi, les TPE et PME souhaitant s'impliquer dans des opérations de mécénat locales sont rapidement limitées par ce seuil jugé trop faible. L'augmenter reviendrait à permettre l'aboutissement d'initiatives qui ne sont pas possibles aujourd'hui, malgré une volonté de nombreux acteurs locaux.

L'Admical a déjà porté auprès des institutions une proposition pour augmenter ce seuil et attend son inscription dans le Projet de Loi Finances 2019.

Sous l'impulsion de l'Admical, **établir une franchise de 10 000€ au mécénat des TPE/PME au-delà desquels s'appliquerait le plafond actuel de 0,5% du chiffre d'affaires**. SPORSORA soutient cette proposition, qui serait tout à fait bénéfique pour le développement du sport local.

Annexe :

Plaidoyer de l'ADMICAL (décembre 2017), pp.4-5

http://admical.org/sites/default/files/uploads/plaidoyer_admical_dec_2017_0.pdf

SPORT EN ENTREPRISE

5. Inclure une mention sur le bien-être et l'APS dans le reporting RSE des entreprises.

Texte source : Code de commerce, article R. 225-105-1.-I. ; Décret n°2012-557 du 24 avril 2012 relatif aux obligations de transparence des entreprises en matière sociale et environnementale, article 1

OBJECTIFS RECHERCHÉS

- Encourager l'activité physique et sportive en entreprise comme élément clé du bien-être des salariés et des politiques de RSE,
- Mettre en avant les actions existantes en faveur du développement de la pratique sportive en entreprise,
- Lutter contre l'inactivité physique.

Depuis la loi relative aux nouvelles régulations économiques de 2001, les sociétés dont les titres sont admis aux négociations sur un marché réglementé doivent **publier au sein de leur rapport de gestion des informations sur la manière dont la société prend en compte les conséquences sociales et environnementales de son activité**. Complétées par un décret en 2012, ces obligations précisent désormais **42 mentions extra-financières** que les entreprises concernées doivent renseigner, réparties en trois catégories : social, environnemental et développement durable. Ce « reporting RSE » constitue une des avancées notables pour la mise en avant du rôle sociétal des entreprises.

Le rôle des entreprises dans la société est largement questionné aujourd'hui, dans le cadre du projet de loi PACTE, la création du statut d'entreprise à mission...

Dans le même temps, un des enjeux majeurs du monde du travail repose sur **le bien-être des salariés**. De nombreuses études ont démontré les bienfaits de l'activité physique et sportive (APS) des salariés pour leur qualité de vie professionnelle et personnelle, ainsi qu'un impact sur la rentabilité des entreprises. Cette tendance encourage la pratique sportive dans son ensemble et lutte contre l'inactivité physique, fléau pour la santé publique (la sédentarité tue au moins autant que le tabagisme dans le monde).

Au sein de la catégorie sociale des mentions extra-financières des « reporting RSE », la rubrique « Santé et sécurité » permettrait d'inclure **une mention relative au bien-être et à l'APS des salariés**, aujourd'hui clés dans les enjeux RSE que rencontrent les employeurs. Cela inciterait les entreprises à rendre compte de leurs actions favorisant la mise en mouvement de leurs collaborateurs et ouvrirait de nouvelles opportunités d'offres au mouvement sportif.

SPORSORA propose d'inclure **une mention sur le bien-être et l'APS dans les « reporting RSE » des entreprises**, les informations obligatoires à caractère social et environnemental qu'elles doivent renseigner dans leur rapport annuel.

Annexe :

Tribune SPORSORA – « Sport en entreprise : remède gagnant pour la santé publique », Magali Tézenas du Montcel (4 mai 2018)

<https://www.sporsora.com/association/item/3812-sport-en-entreprise-remede-gagnant-pour-la-sante-publique>

Guide méthodologique du Reporting RSE, « Déclaration de performance extra-financière » (2^{ème} édition), MEDEF (septembre 2017)

<http://www.medef.com/uploads/media/node/0001/12/f6ee1c6ad233ebb1fa87922f046d062b59f1a4b2.pdf>

« Mesure de l'impact du sport en entreprise », CNOSF – MEDEF – AG2R La Mondiale (septembre 2015)

<http://www.goodwill-management.com/fr/realisations/mesure-de-l-impact-du-sport-en-entreprise-cnosp-medef-ag2r>

SPORT EN ENTREPRISE

6. Encourager des programmes de prévention en entreprise par les fédérations sportives.

 HORS CADRE
 LÉGISLATIF

OBJECTIFS RECHERCHÉS

- Encourager l'activité physique et sportive et prévenir les pathologies professionnelles récurrentes,
- Capitaliser sur les savoir-faire des fédérations sportives pour agir en faveur du bien-être des individus en entreprise.

Frédéric Léonard, vice-président de SPORSORA délégué aux collectivités territoriales, a porté à l'attention du Ministère des Sports une proposition pour **flécher les fonds du Haut Degré de Solidarité vers le développement de programmes de reprise d'activité physique et de prévention en entreprise pilotés par les fédérations sportives.**

L'idée consiste à utiliser des fonds déjà collectés pour développer la pratique sportive en entreprise, tout à fait en ligne avec les enjeux de prévoyance, tout en capitalisant sur des savoir-faire concentrés dans les fédérations sportives. En ciblant le monde de l'entreprise, les programmes permettraient à des salariés de reprendre une activité physique mais aussi de prévenir des pathologies propres aux milieux professionnels.

Il s'agira de mobiliser toutes les expertises (éducateurs sportifs, personnels médicaux et paramédicaux) pour proposer une réelle valeur ajoutée, participer activement au développement du sport en entreprise, tout en créant une économie à part entière.

Annexe :

Tribune SPORSORA – « Sport en entreprise : remède gagnant pour la santé publique », Magali Tézenas du Montcel (4 mai 2018)

<https://www.sporsora.com/association/item/3812-sport-en-entreprise-remede-gagnant-pour-la-sante-publique>

« Note de contexte de l'accélération du développement du sport prévention en entreprise », Frédéric Léonard, SPORSORA (octobre 2017)

<https://sporsora.com/images/sporsora/actu-sporsora/Note%20pre%CC%81vention%20sante%CC%81%20SPORSORA%20102017.pdf>

SPONSORING & MÉDIAS

7. Légaliser la publicité virtuelle.

Texte source : Décret n°92-280 du 27 mars 1992 fixant les principes généraux définissant les obligations des éditeurs de service en matière de publicité, de parrainage et de télé-achat, article 9

OBJECTIFS RECHERCHÉS

- Permettre à l'écosystème du sport français de bénéficier de sources de revenus permises par les nouvelles technologies, en particulier pour des « petits sports »,
- Harmoniser une législation au niveau continental pour encadrer une pratique qui gagne le monde audiovisuel international,
- Offrir aux annonceurs comme aux acteurs institutionnels de nouveaux supports de communication.

La législation française actuelle sur le sujet de la publicité virtuelle est désormais obsolète. Certains pays européens l'ont autorisée à divers degrés (Allemagne, Angleterre...) pendant que la France reste fermée à cette pratique jugée « clandestine ».

Il est nécessaire d'harmoniser la réglementation audiovisuelle, souhaitée au niveau des instances de l'Union Européenne. La directive « Service des Médias Audiovisuels » (SMA) en cours de finalisation sera prochainement transposée en droit français dans le cadre du projet de loi audiovisuelle qui sera présenté à la fin de l'année 2018 (selon un communiqué de presse de la ministre de la Culture, Françoise Nyssen, du 26 avril 2018) : une opportunité idéale pour porter la légalisation de la publicité virtuelle en France.

SPORSORA a déjà été auditionnée par le CSA sur le sujet de la publicité virtuelle en janvier 2016. **L'introduction de la publicité virtuelle dans l'écosystème du sport français permettrait de générer des opportunités diverses :**

- Diminuer les coûts de réalisation des diffuseurs et les frais techniques des détenteurs de droits,
- Développer des stratégies de ciblage pour les annonceurs, permettre à des « petits sports » de vendre de la visibilité de marques aujourd'hui complexes à appréhender (plan d'eau en voile ou aviron par exemple),
- Encourager une activité économique...

SPORSORA se prononce en faveur de **la légalisation de la publicité virtuelle selon plusieurs principes directeurs :**

- Signalement aux téléspectateurs,
- Accord du radiodiffuseur,
- Limitation des insertions de visuels à l'écran,
- Respect des interdictions en vigueur sur la publicité de certains produits.

SPORSORA a demandé la réouverture du groupe de travail sur ce sujet auprès du CSA afin qu'il puisse donner son avis en cas de consultation.

SPONSORING & MÉDIAS

8. Promouvoir la pratique du naming.HORS CADRE
LÉGISLATIF**OBJECTIFS RECHERCHÉS**

- Clarifier le cadre réglementaire pour permettre des relations plus sereines entre les parties prenantes,
- Promouvoir le dialogue entre les parties prenantes (annonceurs, détenteurs de droits, médias, organes réglementaires) du naming,
- Encourager une source de financement issu du secteur privé pour le développement du sport français.

SPORSORA mène une action pour clarifier le cadre du naming en France, dépasser les freins empêchant son développement et rapprocher les positions des parties prenantes (détenteurs de droits, annonceurs, médias).

Le naming se réfère à la situation où un annonceur donne son nom à une compétition, une enceinte ou une équipe sportive dans le cadre d'un contrat passé avec un détenteur de droits : l'un gagne en visibilité notamment, l'autre perçoit une nouvelle source de revenus. Pour que ce partenariat atteigne les objectifs escomptés, les annonceurs attendent des citations de leur naming dans les médias à hauteur des investissements consentis. Or, **rien n'oblige un diffuseur ou un journal à communiquer le nom complet d'une compétition ou d'un stade**, le tout alimenté par une culture journalistique plutôt réfractaire à cette pratique. Bien souvent, les médias vivent exclusivement de leurs revenus de publicité et peuvent sentir leur modèle menacé par le naming.

Déjà auditionnée par le CSA en janvier 2016, SPORSORA a de nouveau sensibilisé le CSA récemment sur **la nécessité de clarifier le cadre réglementaire du naming**. Il s'agit d'encourager une pratique qui permet d'apporter de nouvelles sources de financements pour le sport français issues du secteur privé. Tout l'enjeu repose sur **la mise en avant de la logique partenariale du naming** et l'implication des médias dès la négociation des accords.

Le plan d'action relève donc d'avantage de **la sensibilisation des parties prenantes** que d'une action législative au sens propre. SPORSORA prévoit de rencontrer la Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) du Ministère de la Culture à ce sujet, en plus des activités de l'Observatoire du Naming, issu d'un partenariat entre SPORSORA et le CDES.

Annexe :

Tribune SPORSORA – « Naming : appelez-moi par mon nom ! », Magali Tézenas du Montcel (18 mai 2018)

<https://www.sporsora.com/association/item/3831-naming-dans-le-sport-les-medias-ne-jouent-pas-le-jeu>

SPORT SANTÉ

9. Réflexion en cours

OBJECTIFS RECHERCHÉS

- Encourager la pratique sportive comme élément majeur de la bonne santé des individus,
- Promouvoir l'activité physique afin de contribuer à l'amélioration de la santé publique.

En plus de constituer un enjeu majeur de santé publique, le sport santé est un des axes principaux de la feuille de route de la ministre des sports, Laura Flessel. **SPORSORA travaille actuellement sur des propositions à formuler**, notamment en collaboration avec l'IRMES et sur la base de travaux comme le rapport PNAPS (2008).

D'autres sujets sont également étudiés en parallèle et feront l'objet de réflexions plus approfondies de la part des membres du groupe de travail. SPORSORA est également à l'écoute de toute idée pouvant contribuer à cette action visant à encourager les investissements privés dans le sport français.

Annexe :

Tribune SPORSORA – « Sport en entreprise : remède gagnant pour la santé publique », Magali Tézenas du Montcel (4 mai 2018)

<https://www.sporsora.com/association/item/3812-sport-en-entreprise-remede-gagnant-pour-la-sante-publique>

PORTEURS DU PROJET



Olivier DULAC

Responsable des Relations Extérieures
 BNP PARIBAS

Président
 SPORSORA



Didier POULMAIRE

Avocat
 Poulmaire – Avocat & Fiduciaire

Délégué aux relations institutionnelles
 SPORSORA



Raymond BAURIAUD

Directeur Marketing & Communication
 FF Basketball

Vice-président délégué aux Détenteurs de Droits et Institutions
 Sportives
 SPORSORA



Magali TÉZENAS DU MONTCEL

Déléguée Générale
 SPORSORA

magali.tezenas@sporsora.com

+33 9 72 64 82 10

+33 6 46 74 29 88