



‘Investir dans le sport français : accompagner sa dynamique et valoriser son potentiel’

mercredi 30 avril 2025, 8h30 - 11h

Le Hub Bpifrance – 8 Boulevard Haussmann 75009

Objectifs de l'événement

Pour la 2^e année consécutive, **SPORSORA** et **Bpifrance** s'associent pour explorer la thématique de **l'investissement dans le sport** et accompagner l'écosystème sportif dans son **élan post-Paris 2024**.

L'objectif est double : **sensibiliser l'écosystème du sport** et ses acteurs afin qu'ils se rendent **attractifs aux yeux des investisseurs**, qu'ils soient français ou internationaux, et mettre en avant **les opportunités** qu'offrent les investissements dans ce secteur en croissance.

Dans cette optique, un **RDV Débat** se tiendra le **mercredi 30 avril 2025** au **Hub de Bpifrance**, réunissant **150 participants**, parmi lesquels des **membres** de SPORSORA et des **investisseurs** du réseau Bpifrance.

Programme envisagé

09h-09h10 **Mot d'accueil**

09h10-09h20 **I). Panorama des types d'investissements / investisseurs dans le sport**

- **Mark Wyatt** – Managing Director – **Alvarez & Marsal**

09h20-09h45 **II). L'attractivité du sport professionnel français**

- **Iris Alameddine** – CEO – **Grandeur Company**
- **Julien Rongier** – CEO – **ARES Fighting Championship**
- **Mark Wyatt** – Managing Director – **Alvarez & Marsal**

09h45-10h10 **III). Le dynamisme de la sportech, et les freins à lever**

- **Isabelle de Cremoux** – CEO – **Seventure Partners**
- **Claire Goyon** – Responsable – **Sportech France**
- **Emmanuelle Roger** – CEO – **Immersiv.io**

10h10-10h35 **IV). L'essor des PME/ETI du sport français**

- **Marguerite Chabert** – Analyste Senior Dealflow – **Bpifrance**
- **David Navarro** – Directeur Général – **Casa Padel**
- **Lucien Boyer** – Founding and Managing Director – **Inspiring Sport Capital**

séquence
01

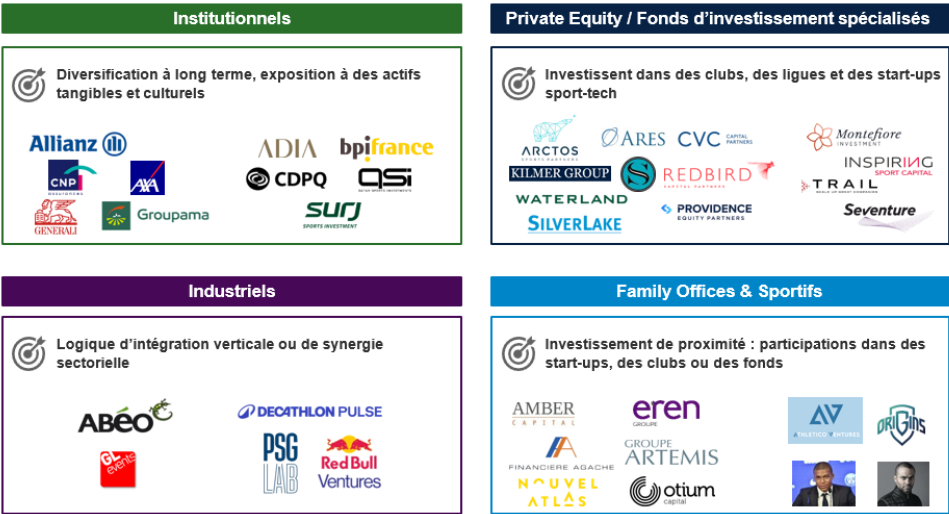
Panorama des **types d'investissements / investisseurs** dans le sport



Mark Wyatt
Managing Director **Alvarez & Marsal**

Timing : 09h10 - 09h20 (10 minutes)

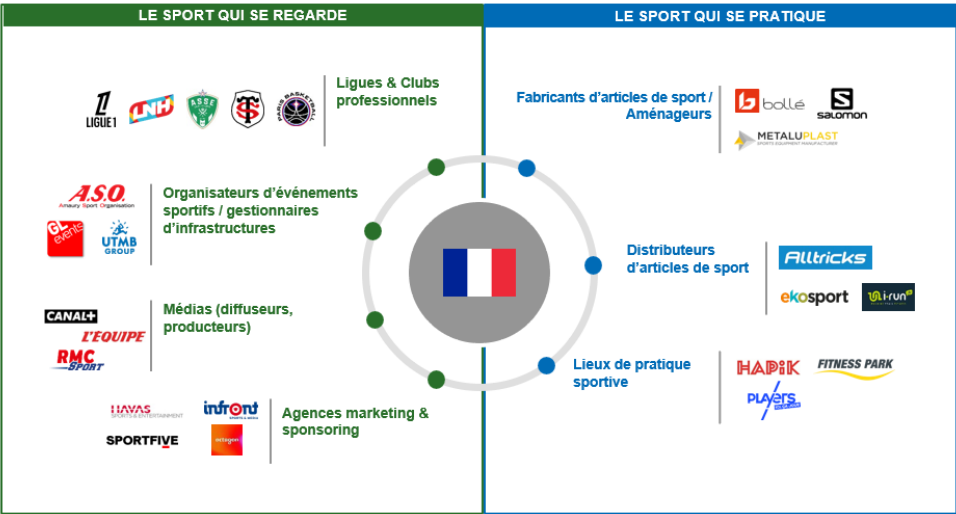
Aujourd'hui, il y a 4 profils d'investisseurs actifs dans le sport...



1

ALVAREZ & MARSAL
LEADERSHIP. ACTION. RESULTS.™

... et pour comprendre leurs investissements, il faut diviser le marché du sport en deux ensembles :



3

ALVAREZ & MARSAL
LEADERSHIP. ACTION. RESULTS.™

Wrap-up - Les actifs français peuvent séduire les investisseurs si :

- La **valeur latente** des actifs est importante ;
- L'actif représente un outil de **soft power** intéressant (c'est souvent le cas de grandes marques françaises ; ex. ASSE) ;
- Les revenus et le contexte économique sont **lisibles à moyen et long terme** (droits TV, sponsoring, hospitalités, etc.) ;
- La gouvernance est **stable**, les dirigeants veulent innover ;
- Les **synergies** avec d'autres actifs sont envisageables (multipropriété) ;
- L'actif peut s'intégrer dans la **stratégie RSE** et/ou d'**innovation**.

séquence

02

L'attractivité du **sport**
professionnel français

Timing : 09h20 – 09h45 **(25 minutes)**

Modérateur : Mark Wyatt – **A&M**



Iris Alameddine
CEO
**Grandeur
Company**



Julien Rongier
CEO
**ARES Fighting
Championship**



Mark Wyatt
Managing Director
**Alvarez
& Marsal**

1) Comment jugez-vous l'attractivité actuelle du sport professionnel français, au-delà de la seule conjoncture ?

Iris Alameddine :

« Le contexte actuel, marqué par les incertitudes autour des droits TV, oblige à repenser les leviers de développement du sport français. » Iris a insisté sur plusieurs points de force :

- L'émergence de disciplines en plein essor comme les sports de combat, l'esport, la Kings League, le padel, etc. ;
- L'existence de fan bases très engagées en France ;
- La capacité à construire un branding puissant et à s'associer à des marques culturelles ou de luxe, citant en exemple un maillot du PSG réalisé en collaboration avec le rappeur Central Cee.

Julien Rongier :

« On est dans une période de grands vents, de grosse mer ; les meilleurs marins trouvent les meilleures routes et prennent la mer dans ces moments-là. » Il a souligné que les périodes de crise offrent souvent les meilleures opportunités. Ce qui lui tient à cœur : replacer la **culture** au centre du développement du sport, en citant notamment des initiatives comme les *kids programs* en Angleterre, qui donnent au sport une vraie portée sociétale.

Mark Wyatt :

Une sorte de *french sport bashing* existe. Pour l'illustrer, il suffit de regarder les critiques à l'encontre des Jeux Olympiques et Paralympiques dans les années et les mois précédant l'été 2024. Mark Wyatt a plaidé pour faire du sport français une source de **fierté nationale**, comme cela a été fait avec succès pour d'autres secteurs comme le luxe par exemple.

2) Quels sont aujourd'hui les principaux leviers d'attractivité du sport professionnel français pour les investisseurs ?

Iris Alameddine :

- Communautés de fans puissantes et fidèles ;
- Capacité à travailler le branding en racontant une histoire, des cultures et des valeurs partagées avec d'autres marques (ex. les grandes maisons de luxe françaises) ;
- Présence d'un vivier de talents sur le territoire – que ce soit des sportifs ou des organisateurs d'événements sportifs (ex. Karmine Corp, ARES, etc.).

Julien Rongier :

- Le MMA, discipline encore sous-exploitée en France, constitue un vrai levier ;
- Il a mis en avant la maîtrise de l'ensemble de la chaîne de valeur chez ARES Fighting Championship (performance, management, événementiel). Sortir du « sport de niche » qu'est aujourd'hui le MMA et toucher de nouveaux publics passe par le **sportainment** ainsi que le renforcement l'écosystème.

Mark Wyatt :

A conclu en rappelant la nécessité d'une approche plus transversale, où les acteurs pensent leur développement sur plusieurs fronts : business, culture, fans, partenaires.

3) Quels liens tisser entre sport et entertainment pour asseoir un modèle économique et valoriser un actif ?

Iris Alameddine :

L'exemple de **Karmine Corp** est exactement celui-ci : elle parvient à mobiliser sa communauté via des influenceurs tout au long de l'année, en proposant des événements hybrides mêlant sport, musique, concerts... Cela crée un environnement propice à la monétisation, notamment en attirant des sponsors (Orange, CIC sont membres de SPORSORA).

séquence

02

L'attractivité du **sport**
professionnel français

Timing : 09h20 – 09h45 (**25 minutes**)

Modérateur : Mark Wyatt – **A&M**



Iris Alameddine
CEO
**Grandeur
Company**



Julien Rongier
CEO
**ARES Fighting
Championship**



Mark Wyatt
Managing Director
**Alvarez
& Marsal**

Julien Rongier :

Le **MMA** est intrinsèquement lié au divertissement : probablement le sport fabriqué par des experts de l'entertainment. Il comporte en lui tous les éléments qui en font un spectacle d'exception (dramaturgie, storytelling, des athlètes créateurs de contenus, etc.). C'est en cela qui est pour l'instant sous-exploité en France, et c'est pourquoi le fonds SLAM – actionnaire principal d'ARES – se fixe pour mission de connecter le Sport, le Luxe, l'Art et la Musique.

4) Quels sont les principaux freins à l'investissement dans le sport professionnel en France, et comment les lever ?

Julien Rongier :

Il propose de « transformer les freins en opportunités ». L'un des points clefs est l'infrastructure : posséder ses outils de production, en particulier ses enceintes sportives, est stratégique. Le tout public ou le tout privé n'est pas souhaitable mais deux conditions sont aujourd'hui nécessaires :

- Que les **pouvoirs publics** fassent confiance aux investisseurs ;
- Que les **investisseurs** s'adaptent au territoire (compréhension, connaissances institutionnelles) et améliorent les actifs existants plutôt que de les détruire.

Iris Alameddine :

L'infrastructure est également clé pour attirer les investisseurs. Elle mentionne l'exemple de la vente de l'OL à **John Textor pour + de 800 M€**. Le **Groupama Stadium** – l'un des rares stades privés en France – a été un véritable game changer.

Ce qui compte, c'est de **posséder un actif tangible** et le soutien des pouvoirs publics est indispensable pour parvenir à cela.

5) Quels sont les ingrédients d'une collaboration réussie entre un ayant droit et un investisseur ?

Julien Rongier :

Peu d'investisseurs sont aujourd'hui des « pure players » du sport. Il faut **évangéliser**, expliquer le fonctionnement économique du secteur. Il cite **SLAM** comme un exemple de collaboration réussie avec un investisseur-entrepreneur.

Iris Alameddine :

La réussite d'un partenariat repose sur un **véritable plan d'investissement**. Le sport, contrairement au private equity traditionnel, est un secteur où **la rentabilité arrive à long terme**, souvent à la revente. Les flux de trésorerie sont faibles au début. Il faut donc être **pédagogue** avec les fans, leur expliquer que les investisseurs cherchent à consolider les finances du club sur la durée (même si certains choix seront difficiles à prendre).

6) L'arrivée de ligues internationales en France et en Europe marque-t-elle le début d'une nouvelle ère d'investissements dans notre écosystème sportif ?

Iris Alameddine :

L'arrivée de la **NBA** en Europe pourrait redéfinir les standards. Elle évoque la possibilité de voir naître des ligues plus fermées, avec des pratiques business orientées vers davantage de performances économiques venues des États-Unis. Elle note aussi l'intérêt croissant de la **NFL pour le flag football**. L'Europe devient un **marché stratégique** pour des grandes ligues.

Julien Rongier :

C'est effectivement le début d'une nouvelle phase : arrivée de la **Kings League**, explosion de l'**esport**, développement du **MMA**... La France a une vraie expertise en accueil d'événements majeurs. Elle peut croiser ces opportunités avec ses atouts culturels, notamment l'image de marque de **Paris**, pour attirer de nouveaux revenus et renforcer l'écosystème.

séquence

03

Le dynamisme de la **Sportech**
et les **freins à lever**

Timing : 09h45 – 10h10 (25 minutes)

Modérateur : Thibaut Le Pays du Teilleul
SPORSORA



Isabelle de Crémoux
CEO
**Seventure
Partners**



Claire Goyon
Responsable
**Sportech
France**



Emmanuelle Roger
CEO
immersiv.io

1) Qu'est-ce qui rend aujourd'hui la Sportech française attractive pour les investisseurs ?

Claire Goyon a dressé un état des lieux très encourageant de la Sportech française. À l'échelle mondiale, le marché représente **20 milliards de \$** et affiche une **croissance annuelle de 18%**. La France se distingue en étant **3ème en Europe** et **7ème au niveau mondial** en matière de levées de fonds. Elle souligne le dynamisme de l'écosystème français, porté par des levées de fonds, des acquisitions, mais aussi par l'émergence de nouveaux partenariats – notamment avec les **GESI** (grands événements sportifs internationaux), comme l'exemple de **Touch2See**. Ces opportunités représentent la croissance et l'impact positif : la puissance de demain.

Isabelle de Crémoux a expliqué que Seventure Partners, historiquement investi dans le digital et la santé, a lancé une verticale Sport en **2019**. En quelques années, Seventure a investi dans **une douzaine d'entreprises** du secteur. Ces dernières ont enregistré une **croissance moyenne de 40%** – une performance remarquable dans le contexte macroéconomique actuel. Ce succès est tel qu'un **deuxième fonds est aujourd'hui à l'étude**.

Emmanuelle Roger (Immersiv.io) a apporté un témoignage concret d'une entreprise issue de la Sportech, aujourd'hui reconnue internationalement. Elle a mentionné leur collaboration avec la **FIFA lors de la Coupe du monde 2022**, aux côtés d'une autre entreprise française, **Vogo**, soulignant ainsi la qualité des solutions développées en France et leur capacité à rayonner mondialement.

2) Sur quels partenaires stratégiques les startups de la Sportech peuvent-elles/doivent-elles s'appuyer pour franchir des caps de croissance ?

Claire Goyon a rappelé que pour réussir, les startups doivent s'appuyer sur **l'effet de réseau**, comprendre la **diversité des marchés**, et adopter une **stratégie territoriale**. Les partenaires clés sont multiples : **fédérations, ligues, marques partenaires, médias, centres de recherche, universités, investisseurs** et surtout les **événements sportifs**, qui jouent un rôle d'accélérateur sur les marchés. Elle a notamment souligné l'impact des **JOP de Paris 2024** (17 startups ont participé à la réalisation de projet), qui ont permis des retours d'expérience concrets et ont ouvert de **nouveaux marchés**.

Isabelle de Crémoux a insisté sur l'importance, pour de petites structures, d'être **focus sur leur cœur de métier** et de **s'appuyer sur des partenaires pour gagner du temps**. C'est précisément le rôle de Seventure : accompagner en apportant non seulement des capitaux, mais aussi **des réseaux et des conseils stratégiques**.

Emmanuelle Roger a donné l'exemple de **partenariats technologiques** qui ont été essentiels dans la croissance d'Immersiv. Grâce à **Orange**, ils ont pu tester leur solution à l'**Orange Vélodrome**, un **gain de temps** pour le développement.

3) Les ayants droit (clubs, ligues, fédérations) sont-ils prêts à tester et intégrer les innovations de la Sportech ?

Emmanuelle Roger observe qu'à l'étranger – notamment dans les pays anglo-saxons – les ayants droit sont **plus enclins à tester et adopter des innovations**. En France, elle appelle à un **changement d'état d'esprit** pour que les organisateurs d'événements sportifs intègrent davantage la culture de l'innovation.

Isabelle de Crémoux a souligné que **les startups françaises sont parfois contraintes de partir à l'étranger** faute de débouchés en France. Il faut évidemment reconnaître que le processus d'innovation prend du temps.

Claire Goyon a insisté sur la **nécessité de créer des synergies** entre startup et ayants droit. Elle a mentionné le **retour d'expérience des JOP 2024**, et l'importance d'événements tels que celui organisé par la Sportech au **CNOSF**, qui a permis aux startups de **rencontrer les fédérations**.

4) Quels verrous faut-il encore faire sauter pour libérer tout le potentiel de la Sportech ?

Il y a plusieurs freins structurels, notamment le **déficit de financement**. Il n'est pas normal qu'il y ait **18 fois plus de levées de fonds aux États-Unis qu'en France**. Il faut mieux structurer le secteur pour éviter que les pépites françaises ne partent à l'étranger.

Le **manque d'interlocuteurs dédiés à l'innovation** au sein des structures rend difficile la mise en relation avec les startups. La création de **postes de responsables innovation** et d'un **accompagnement facilité des Proof of Concept (POC)** est une nécessité. Les **lourdeurs administratives de la commande publique** sont inadaptées aux spécificités des startups.

Le sport secteur éclaté – entre **sport-santé, sport-inclusion, sport-gamification, etc.** –, alors qu'il s'agit d'une **filière à part entière**. Il faut **faire connaître la filière sport**, en s'appuyant sur des hubs comme **Bpifrance ou SPORSORA**, qui jouent un rôle clé pour la **structuration de l'écosystème**.

séquence

04

L'essor des **PME/ETI**
Du sport français

Timing : 10h10 – 10h35 (25 minutes)

Modératrice : Marguerite Chabert
Bpifrance



David Navarro
Directeur Général
Casa Padel



Lucien Boyer
Founding and Managing Partner
Inspiring Sport Capital

Introduction et contexte - Essor des PME/ETI du sport français

L'événement a été introduit par l'équipe **Dealflow** de Bpifrance, qui accompagne les entrepreneurs dans leurs levées de fonds, notamment dans le secteur de la sportech. Cette équipe joue un rôle central d'orientation des dossiers, aussi bien en interne qu'en externe, et dispose donc d'une excellente vision des dynamiques d'investissement, notamment dans le sport.

Bpifrance investit de deux manières :

- **Fonds de fonds** : 1,7 milliard d'euros déployés en 2024
- **Investissements directs** :
 - En **innovation** : 572 M€ investis en 2024
 - En **PME, ETI et Grandes Entreprises** : 1,8 Md€ dans 169 entreprises en 2024

Il n'existe pas de fonds « sportech » dédié, mais plusieurs investissements sont réalisés via des fonds **généralistes** ou **sectoriels** :

- **Inno Digital Venture** (généraliste) : ex. Sporteasy
- **Fonds d'amorçage industriel** (sectorisé) : ex. Angel (vélo électrique)
- **Fonds Small CAP** (capital développement) :
 - **Ekkia** (équipement pour cavaliers et chevaux)
 - **I RUN** (distribution d'articles de sport, surtout running)
 - **ACT FOR SPORT** (sponsoring du sport amateur)
 - **Cornilleau** (spécialiste du tennis de table)
- **Fonds ICC** (industries culturelles et créatives) : **Satisfy** (équipements techniques pour coureurs)
- **Fonds FIT** (tourisme) : **Arkose, Climb Up** (escalade)

Et bien sûr, **Casa Padel**, accompagnée par Bpifrance, au cœur de la discussion.

Thème 1 : Rôle actuel des PME/ETI dans l'économie du sport

Les **PME/ETI représentent 60% du tissu économique du sport**. Elles sont essentielles à l'écosystème et souvent positionnées à un moment de transmission ou de transformation. Beaucoup sont portées par des personnes issues du monde technique ou sportif, où le **produit est priorisé**, avant la marque ou la communauté. Cela crée un fort **potentiel de valeur**, mais aussi des défis importants, notamment en termes de structuration et de croissance à l'international.

Inspiring Sport Capital apporte un accompagnement global grâce à une expertise solide dans le secteur (Havas Entertainment, Global Sports Week, etc.). Il est crucial, selon Lucien Boyer, de faire entrer dans ces entreprises des **talents extérieurs au monde du sport** pour les aider à franchir un cap. Il souligne également l'importance des **écosystèmes régionaux** (Outdoor Sports Valley, vélo dans les Alpes, sports de balle dans le sud de l'Angleterre, etc.).

Casa Padel illustre cette dynamique : le padel est **accessible, sociable** (pratique en binôme), et la **progression est rapide**, ce qui en fait un sport en pleine expansion. L'entreprise mise sur des **alliances structurantes** :

- **Partenariats avec des marques**, comme Alpine, namer du Major Padel
- **Relations institutionnelles**, notamment avec la **FFT**

Ces alliances sont selon lui des leviers de croissance décisifs.

Thème 2 : Perspectives de croissances

Casa Padel ambitionne de **doubler le nombre de terrains en un an**, en s'associant à des acteurs établis comme le **Stade Toulousain** pour mailler le territoire. La société mise aussi sur **l'innovation**, notamment via un **partenariat franco-espagnol**, pour révolutionner l'expérience utilisateur dans ce sport.

Pour **Inspiring Sport Capital**, les perspectives passent par la **croissance de nouvelles pratiques sportives**, comme le **trail**, qui est **facile d'accès, populaire et en forte dynamique**. Les **réseaux structurés** dans ces disciplines permettent un développement rapide – à l'image du **padel**, qui pourrait **rattraper le tennis plus vite que celui-ci ne s'est lui-même développé**.