

Compte rendu de la 3^{ème} édition du Parlement du Sport « Sport, emplois, économie : porter de nouvelles ambitions »

Assemblée nationale – salle Colbert
Mardi 6 mai 2025



Le Parlement du Sport s'est réuni pour sa 3^{ème} édition le 6 mai 2025, sous le haut patronage de Madame Yaël Braun-Pivet, présidente de l'Assemblée nationale.

Organisée par Monsieur le député Belkhir Belhaddad et Monsieur le sénateur Jean-Jacques Lozach, cette rencontre avait pour ambition de tracer une vision ambitieuse pour le modèle économique du sport, autour du thème : **« Sport, emplois, économie : porter de nouvelles ambitions »**.

Ce colloque a permis de croiser les regards d'experts, de décideurs publics et de responsables du monde sportif, afin de mieux comprendre les enjeux du sport en France. Deux tables rondes ont rythmé les échanges : l'une consacrée à l'économie du sport (I), l'autre à l'emploi et à la formation dans le secteur (II).

Le compte rendu ci-dessous ne concerne que les propos introductifs et la première table ronde relative aux sujets de l'économie du sport portés par SPORSORA.

Le Parlement du Sport est une initiative parlementaire visant à placer le sport au cœur des préoccupations politiques en France. Bien qu'il ne dispose pas d'une existence juridique formelle, il sert de plateforme de dialogue entre parlementaires, acteurs institutionnels, fédérations sportives, collectivités et entreprises du secteur. Plusieurs organisations en sont membres, parmi lesquelles SPORSORA, le COSMOS, l'UNION Sport & Cycle, l'ANDES, le CNOSF ou encore le groupe BPCE.

Sommaire

I.	Propos introductifs	2
A.	Philippe Diallo, président de la Fédération Française de Football et du COSMOS	2
B.	Wladimir Andreff, professeur émérite d'économie et ancien président du conseil scientifique de l'Observatoire de l'économie du sport.....	3
C.	Virgile Caillet, Délégué général de l'UNION Sport & Cycle	5
II.	Table ronde 1 : Attractivité économique du sport français : atouts et axes de développement	6
A.	Yann Roubert, président de la Ligue nationale de rugby – Lever les freins au développement des hospitalités.....	6
B.	Cédric Roussel, délégué ministériel à l'économie du sport et aux Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 – Structurer la Filière Sport	7
C.	Charlotte Féraïlle, Déléguée générale de la Fondation du Sport Français - Inciter à la pratique du mécénat.....	8
D.	Pierre Viriot, Directeur Marque et Image d'EDF – Rôle et enjeux des sponsors.....	9
E.	Sarah d'Arifat, Directrice juridique de beIN SPORTS France – Lutter contre le piratage des programmes sportifs	9

I. Propos introductifs

A. Philippe Diallo, Président de la Fédération Française de Football et du COSMOS

Le sport, en France, est un secteur dont la vitalité dépasse les seules logiques marchandes. Il est enraciné dans des traditions – notamment le bénévolat – et aujourd’hui porté par une dynamique économique moderne. Le sport est un modèle atypique, porteur d’avenir, à l’intersection de l’engagement citoyen, du service public et de l’innovation sociale. Au cœur de cette organisation, le **COSMOS**, principal syndicat patronal de la branche sport, joue un rôle structurant. Avec **12 000 structures sportives affiliées et plus de 100 000 salariés représentés**, il constitue la colonne vertébrale d’un secteur en pleine mutation.

Le sport s’est développé grâce au bénévolat :

- Historiquement, **le sport français s’est édifié sur le socle du bénévolat** ;
- Mais depuis une vingtaine d’années, le **tissu professionnel** s’est peu à peu structuré, notamment avec la **signature en 2005 de la convention collective nationale du sport**, venue reconnaître et encadrer l’emploi sportif.

L’emploi sportif est marqué par une croissance soutenue :

- Le nombre de salariés du sport est passé de **130 000 à plus de 200 000 en dix ans** ;
- Le secteur est **particulièrement attractif pour les jeunes**, qui y trouvent à la fois du sens et des perspectives professionnelles ;
- La **formation professionnelle** est un levier essentiel : elle permet de faire émerger des compétences spécifiques et d’accompagner les évolutions du secteur.

Les grands événements sportifs internationaux ont développé le secteur du sport

- La dynamique de l’emploi sportif est également **ponctuée par les Grands Événements Sportifs Internationaux (GESI)**, qui génèrent des retombées économiques et de nouveaux débouchés professionnels ;
- Ces événements servent de catalyseurs, révélant les potentiels économiques du sport, au-delà de sa seule pratique.

Un investissement rentable pour la société

- Le sport n’est pas seulement une charge pour les finances publiques, **il constitue un levier d’économies** ;
- Une étude menée par les partenaires sociaux de la branche sport montre que **1 € investi dans le sport permet d’économiser 13 € de dépenses publiques**¹.

Pourtant, le financement est aujourd’hui fragilisé

- Malgré cette rentabilité, **les budgets publics alloués au sport diminuent**. C’est un paradoxe inquiétant ;
- Il devient alors urgent **de remettre en question le rôle des fédérations**, dont le modèle économique semble atteindre ses limites : **développer le sport demeure souvent une activité à perte** ;

¹ « Sport : quel impact social, sociétal et économique ? », AFDAS, 23 janvier 2025 ([lien](#)).

- Par ailleurs, les **financements indirects sont eux aussi en péril**. La **taxe Buffet**, adossée aux droits TV, est en baisse – signe que les sources traditionnelles de financement du sport ne sont plus garanties.

Quelle suite pour le financement du sport ?

Cette question est plus que jamais cruciale. Derrière elle se dessine un enjeu global : **celui de la soutenabilité économique d'un secteur porteur d'intérêt général**, impliquant une multitude d'acteurs – fédérations, ligues, clubs, entreprises, collectivités. Le sport est une activité à part, mais son avenir dépend de notre capacité collective à lui reconnaître une place centrale dans la société, à la hauteur de son impact.

B. Wladimir Andreff, professeur émérite d'économie et ancien président du conseil scientifique de l'Observatoire de l'économie du sport

Ancien président du conseil scientifique de l'Observatoire de l'économie du sport, **Wladimir Andreff** propose une lecture historique et critique de la structure financière du sport – et ici plus spécifiquement du football – des facteurs de crise et des pistes de réforme. Son analyse dessine les contours d'un sport sous tension, mais pas sans avenir.

1. Deux modèles de financement du sport professionnel²

- **Le modèle SSSL** (*Spectators, Subsidies, Sponsors, Local*) :
 - Héritier de l'histoire du sport, ce modèle reste majoritaire chez les **clubs à petit budget**.
 - Il repose sur :
 - Les **spectateurs** (recettes de billetterie) ;
 - Les **subventions publiques** (collectivités locales) ;
 - Les **sponsors**, souvent régionaux ou nationaux ;
 - Un **ancrage local**, au cœur de l'écosystème territorial.
 - Il s'incarne dans un sport plus proche, plus participatif, mais aussi plus fragile économiquement.
- **Le modèle MMMMG** (*Media, Magnats, Merchandising, Markets, Global*) :
 - Impulsé par l'arrêt Bosman (1995) et l'inflation des gains en Ligue des Champions (1999), ce modèle est aujourd'hui celui des **grands clubs européens**.
 - Il repose sur :
 - Les **médias**, principalement les droits télévisés ;
 - Les **magnats**, investisseurs fortunés ou puissances économiques ;
 - Le **merchandising** internationalisé ;
 - Le **marché du capital** (entrée en bourse, fonds privés) ;
 - Une logique **globale** d'internationalisation des revenus.

² Andreff, W. (2017). Le modèle économique du football européen. Pôle Sud, 47(2), 41-59. <https://doi.org/10.3917/psud.047.0041>.

Ce basculement n'est ni linéaire ni homogène : **nombre de clubs sont encore en transition** entre ces deux équilibres économiques.

2. Facteurs de crises

- **Les médias :**
 - La hausse des prix d'abonnement exclut les supporters les plus modestes ;
 - Cette exclusion alimente le **piratage**. Il est rendu de fait instables les prévisions d'audience ;
 - Conséquence : les chaînes **ne peuvent plus garantir les recettes attendues** et peinent à honorer les contrats de droits TV.
- **Les spectateurs :**
 - Une **tarification trop rigide** provoque deux effets contraires :
 - Soit une **surdemande** (prix trop bas, stades pleins mais revenus limités) ;
 - Soit un **excès d'offre** (prix trop élevés).
- **Les investisseurs :**
 - Les **magnats** traditionnels cèdent la place à des **fonds d'investissement**, aux logiques financières plus volatiles ;
 - Le **risque de convergence ou de divergence d'intérêts** est bien réel.
- **Le marché du travail :**
 - Les salaires des joueurs explosent, sans réelle régulation (au niveau national comme européen).
- **Le marché du capital :**
 - Certains clubs deviennent des produits financiers, avec des logiques spéculatives de court terme.

3. Pistes de réflexion

- **Lutter contre le piratage sportif** : un impératif pour restaurer la valeur des droits audiovisuels.
- **Mettre en place une « Sportbet Tobin »³ :**
 - Une **taxe sur les gros gains issus des paris sportifs**, à taux progressif ;
 - Inspirée de la taxe Tobin sur les transactions financières.
- **Tarification dynamique des billets :**
 - Inspirée des logiques d'autres secteurs (ex : le transport aérien ou le spectacle vivant) ;
 - Mettre en place de vraies stratégies de management des prix (certains ayants droit le pratiquent plus ou moins aujourd'hui) pour permettre une **meilleure adéquation entre offre, demande et recettes**.
- **Encadrer les fonds d'investissement :**
 - Renforcer la **vigilance sur les conflits d'intérêts** ;

³ Andreff, W. (2015). La difficulté d'une régulation économique supranationale : vers de nouvelles solutions. Reflets et perspectives de la vie économique, Tome LIV(3), 99-109. <https://doi.org/10.3917/rpve.543.0099>.

- Garantir une gouvernance compatible avec les objectifs sportifs et sociétaux.
- **Instaurer ou renforcer un salary cap :**
 - Idéalement **indexé sur les droits TV** perçus.
- **Réformer la DNCG :**
 - Lui **donner de véritables pouvoirs d'intervention** sur la gestion des clubs ;
 - Et surtout, **l'ouvrir à des experts indépendants**, hors du monde du sport, pour garantir son impartialité.

Dans un monde sportif de plus en plus financiarisé, **il est essentiel de rappeler que la régulation est non seulement possible, mais nécessaire**. Non pas pour freiner la croissance, mais pour en assurer la soutenabilité.

C. Virgile Caillet, Délégué général de l'UNION Sport & Cycle

1. Un paradoxe français : entre Jeux Olympiques et Paralympiques et essoufflement économique

Après l'organisation de **l'événement sportif le plus médiatisé au monde**, les indicateurs économiques du secteur sont décevants. **Le contraste est saisissant :**

- Le **commerce des articles de sport** enregistre une croissance modeste de **+1,7 %** ;
- Le **commerce du cycle chute de 8 %**, et ce, **alors même que l'usage du vélo explose** dans les mobilités quotidiennes — un décalage inquiétant entre pratique et transformation économique ;
- Seule la **montagne** affiche une dynamique positive (+7 %), portée par la diversification des activités et une fréquentation touristique résiliente ;
- Les **loisirs sportifs marchands** (salles de sport, fitness) progressent de **+8 %**, mais **la rentabilité n'est pas atteinte** pour une majorité d'acteurs.

2. Un contexte économique tendu et une incertitude généralisée

Le secteur est en tension sur tous les fronts. Le climat économique pèse lourdement sur tous les acteurs, du monde fédéral aux entreprises privées.

- Les **fédérations sportives** connaissent des **difficultés financières** ;
- Le **sport professionnel traverse une crise économique sans précédent** ;
- Les **finances publiques sont sous pression**, avec des budgets orientés à la baisse ;
- Les **entreprises partenaires** sont **inquiètes**, attentistes, et recherchent du **sens dans leurs investissements marketing**.

3. Quelles pistes pour rebondir ?

- **Renforcer la gouvernance du sport** : avec un **navire amiral du mouvement sportif** – le **CNOSF** – capable d'incarner une stratégie et de peser politiquement.
- **Réinventer les modèles économiques** :
 - **Développer un mécénat d'ambition**, capable de drainer de nouvelles ressources privées vers l'intérêt général ;

- **Faciliter les modèles hybrides de financement** des équipements sportifs, en combinant fonds publics et fonds privés ;
- **Repenser l'environnement fiscal**, notamment en fluidifiant les incitations à l'investissement dans le sport.
- **Valoriser les externalités positives du sport :**
 - Chiffrer, démontrer et médiatiser les **bénéfices sociaux, économiques et sanitaires du sport**, pour légitimer davantage son soutien public et privé.

II. **Table ronde 1 : Attractivité économique du sport français : atouts et axes de développement**

A. **Yann Roubert, Président de la Ligue nationale de rugby – Lever les freins au développement des hospitalités**

Yann Roubert a ouvert son propos en rappelant que **le rugby professionnel**, fort de **30 clubs et 3 compétitions**, représente un poids économique de **1,3 milliard d'€**, avec **600 M€ de chiffre d'affaires consolidé** (180 M€ de CA pour la LNR), **4 000 emplois** directs et indirects, et **4,3 millions de spectateurs par saison**.

L'intervention du président de la LNR était centrée sur les hospitalités et sur le besoin vital pour le sport de les consolider en levant les freins à leur développement. **Les hospitalités**, estimées en France et tous sports confondus à **650 M€ (hors GESI)** par SPORSORA⁴, constituent une ressource à préserver et développer.

1. **Éléments clés**

- **650 M€ par an** : poids des hospitalités sportives en France selon l'étude SPORSORA/adValorem Affaires Publiques ;
- **+50 % de croissance projetée** d'ici 3 ans ;
- **Exonération temporaire des cotisations sociales relevée à 25 % du PMSS** (plafonnée à 5 % du PMSS en temps normal) pour les invitations données à des collaborateurs lors de France 2023 et Paris 2024⁵.

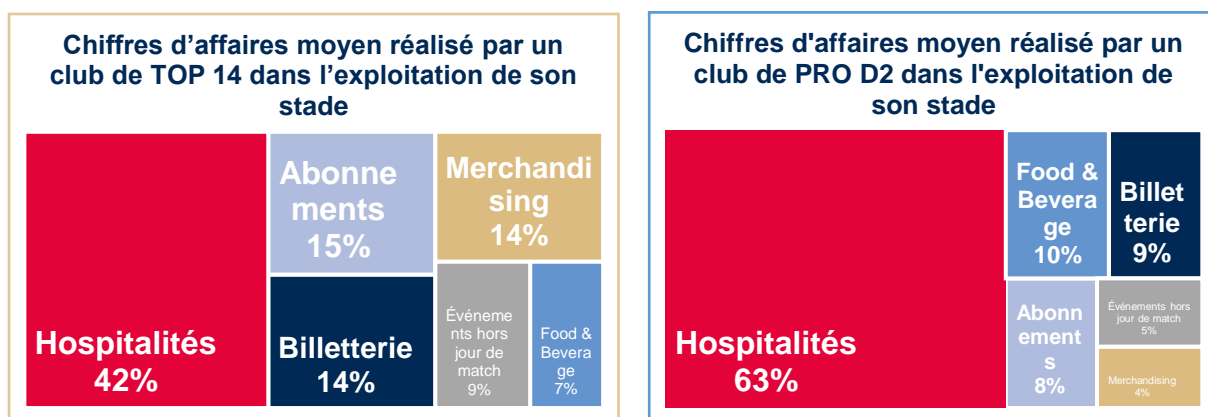
Les hospitalités sont un revenu clé pour le rugby professionnel français :

Elles sont au cœur des ressources partenariales des clubs (un contrat de partenariat donne souvent droit à des places VIP) :

- En TOP 14, le chiffre d'affaires lié aux hospitalités représente **42 % du chiffre d'affaires total lié à l'exploitation des stades**.
- En PRO D2, le chiffre d'affaires lié aux hospitalités représente **63 % du chiffre d'affaires total lié à l'exploitation des stades**.

⁴ « L'enjeu des hospitalités pour l'écosystème français du sport », SPORSORA, mars 2025, ([lien](#)).

⁵ Communiqué de presse du ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie, le 11 janvier 2023 : JO 2024 et Coupe du monde de Rugby 2023. Elargissement des attributions de bons d'achat et de cadeaux en nature exclus de l'assiette des cotisations et contributions sociales, ([lien](#)).



2. Freins identifiés

- **Suspicion de corruption** (compliance) liée à la loi Sapin II, malgré l'aval de l'AFA sur le caractère "normal" de ces invitations dans le monde des affaires. Ces craintes freinent la consommation des hospitalités et de nombreuses entreprises diminuent leur achat car les places ne sont plus exploitables ;
- **Risque de requalification fiscale** par les Urssaf en avantages en nature des invitations distribuées à des collaborateurs, dissuadant les entreprises d'investir dans les hospitalités.

3. Priorités

Yann Roubert **appelle les pouvoirs publics à pérenniser le cadre fiscal favorable** instauré temporairement pour les grands événements internationaux France 2023 et Paris 2024. L'objectif : **créer un héritage durable** des JOP Paris 2024 en **sécurisant les investissements privés**, en **encourageant la participation des salariés** et en **augmentant les recettes fiscales** grâce à la TVA appliquée aux packages VIP. Il s'agit dans le même temps d'une mesure non coûteuse pour les finances publiques.

B. Cédric Roussel, Délégué ministériel à l'économie du sport et aux Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 – Structurer la Filière Sport

Cédric Roussel a insisté sur la nécessité de considérer le sport comme un **secteur économique stratégique**, en s'appuyant sur une gestion **interministérielle, transversale et transpartisane** du sport en France. Le sport ne dépend pas uniquement du budget de son ministère : il irrigue d'autres politiques publiques, notamment en matière de santé.

1. Axes prioritaires

- **Consolider le rôle économique du sport**, au-delà du seul ministère des Sports, de la Jeunesse et de la Vie associative ;
- **Poursuivre la dynamique amorcée par Paris 2024**, en particulier via la Filière Sport ;
- Faire de l'axe « modèle économique » la priorité dans la perspective des **JOP d'hiver Alpes Françaises 2030**.

2. La Filière Sport

- **Plateforme permanente de concertation public-privé**, créée en 2016.
- Rénovée en mars 2024 : nouvelle gouvernance et feuille de route avec 5 axes.
- Présidence partagée par trois ministères (Economie, Sports, Affaires étrangères), et vice-présidence duale (secteurs privé et sportif).
- **Feuille de route 2024-2026** structurée autour de 5 axes :
 1. **Développement d'une pratique durable** : sport-santé, inclusion, transition écologique ;
 2. **Modèle économique** : financement, digitalisation, professionnalisation, soutien au « fabriqué en France » ;
 3. **Innovation / SporTech** : accompagnement à l'échelle, financements, convergence sport/e-sport ;
 4. **Internationalisation** : promotion du savoir-faire français à l'étranger ;
 5. **Formation** : professionnalisation et valorisation des métiers du sport.

C. Charlotte Féraille, Déléguée générale de la Fondation du Sport Français - Inciter à la pratique du mécénat

Le **mécénat est un levier essentiel** au développement du sport d'utilité sociale. La Fondation du Sport Français, unique fondation reconnue d'utilité publique dans ce secteur, agit comme un **facilitateur du mécénat** au service des sportifs, des clubs et des projets d'intérêt général.

1. Missions et rôles clés

- **Favoriser l'insertion sociale et professionnelle par le sport**, en soutenant des projets liés à la santé, à l'éducation, à l'accessibilité ou à la prévention.
- **Aider les sportifs de haut niveau** grâce au **Pacte de Performance**.
- **Renforcer les clubs** grâce à la plateforme participative **#SoutiensTonClub**.
- **Structurer le mécénat sportif** via des outils juridiques souples et une expertise.

2. Enjeux et messages clés

- Le **sport a besoin de financements** nouveaux : le mécénat ne remplace pas le service public, mais le **complète de façon libre et ciblée**.
- Le rôle de la Fondation est de **rendre accessible** et **sécurisé** le mécénat pour tous les acteurs du sport.
- Le mécénat sportif doit être **mieux connu et encouragé**, car il contribue à faire du sport un **outil d'émancipation, de cohésion et d'innovation sociale**, tout en venant s'intégrer aux politiques RSE des structures privées qui soutiennent le sport.

D. Pierre Viriot, Directeur Marque et Image d'EDF – Rôle et enjeux des sponsors

A travers le soutien du sport, EDF cherche à traduire sa raison d'être : construire un avenir énergétique neutre en CO₂, conciliant préservation de la planète, bien-être et développement, grâce à l'électricité et à des solutions et services innovants.

1. Engagement dans le sport

- **Un acteur structurant du sponsoring sportif :**
 - **Partenaire de 4 fédérations sportives :** handisport, natation, canoë-kayak, football ;
 - **Présence historique sur les grands événements sportifs internationaux :** Jeux Olympiques et Paralympiques et coupes du monde de rugby.
- **Un levier pour la transition énergétique :** partenaire transition énergétique de la FFF (ex : programme Demain Football Club pour l'adoption des bonnes pratiques dans le football amateur).
- **Un soutien à long terme aux athlètes : Team EDF** (depuis 2001) : porte-parole des valeurs EDF : **inclusion, mixité, performance, solidarité** ; +50 médailles olympiques/paralympiques ; +70 titres mondiaux ; 25 disciplines représentées ; exemples d'athlètes-salariés : Marie-Amélie Le Fur, Alexandra Nouchet, Romain Cannone.
- **Une entreprise mobilisée pour l'insertion des sportifs :** recours aux contrats d'insertion professionnelle (CIP) ; recrutement par le sport (Du stade vers l'emploi ; Chaussée des baskets pour 1Job).

2. Approche

EDF assume une **vision exigeante** du sponsoring :

- **Le sponsoring comme levier de transformation** (volonté de transmettre un message), pas uniquement de visibilité ;
- **Le sport pour valoriser son savoir-faire en matière de transition énergétique :** toucher le grand public et des publics cibles (ex : les plus jeunes) par l'émotion et les valeurs pour les engager ;
- **Pour conclure, le sponsoring** sert autant la notoriété d'EDF que ses engagements environnementaux, sociaux et humains.

E. Sarah d'Arifat, Directrice juridique de belN SPORTS France – Lutter contre le piratage des programmes sportifs

Le piratage des retransmissions sportives est une menace croissante pour l'économie du sport. Il fragilise l'ensemble de la chaîne de valeur – diffuseurs, ayants droit, organisateurs, clubs – avec un **manque à gagner estimé à 290 M€ pour le sport, et 1,5 Md€ pour l'audiovisuel français⁶**. À terme,

⁶ « 1,5 milliard d'euros de manque à gagner lié à la consommation illicite de contenus audiovisuels et de retransmissions d'événements sportifs en 2023 », Arcom, novembre 2024 ([lien](#)).

ce sont aussi les ressources du **sport amateur**, partiellement financé par la taxe Buffet, qui sont en péril.

La mise en œuvre de l'article 3 de la loi du 25 octobre 2021⁷ a, depuis bientôt trois ans, permis d'obtenir des résultats significatifs, notamment grâce au blocage des liens et des sites illicites. Si le dispositif des injonctions dynamiques constitue une innovation juridique majeure, la protection des droits d'exploitation audiovisuelle des compétitions sportives n'est pour autant pas achevée.

C'est pourquoi **beIN SPORTS France** et l'**APPS** soutiennent les trois propositions formulées dans la PPL du Sénateur Lafon :

- 1. Des blocages « par IP », en direct et « automatisés ».** Le dispositif, dans sa version actuelle, exige une intervention humaine de l'Arcom, via un constat par un agent assermenté de l'Autorité et une notification par un membre du Collège. Il convient de faire évoluer ce dispositif afin de permettre le blocage IP en temps réel, indispensable pour la protection des retransmissions en direct des compétitions sportives, et éviter ainsi une perte de valeur quasi-totale et immédiate, affectant tout l'écosystème du sport. Il faut permettre l'automatisation des blocages IP. Les listes d'adresses à bloquer seraient ainsi transmises par les ayants droit de façon automatisée à une plateforme technique placée sous le contrôle de l'Arcom, qui centraliserait les demandes et les transmettrait directement, via un système automatisé, aux fournisseurs d'accès visés dans l'ordonnance du juge judiciaire, afin que ceux-ci bloquent ces adresses sans délai. L'Autorité conservera un pouvoir de contrôle sur le processus. Ce dispositif, qui prévoit le maintien de l'intervention du juge judiciaire en amont et une mise en œuvre des blocages dynamiques sous la supervision de l'Arcom, ainsi qu'un blocage limité à la durée de la retransmission, est à la fois proportionné et respectueux des libertés et principes constitutionnels.
- 2. Le partage des listes de sites contrefaisants avec les signataires d'accords volontaires.** La proposition est de permettre à l'Arcom de transmettre aux intermédiaires techniques signataires d'accords volontaires la liste des services pirates bloqués en application des dispositions de l'article L333-10 du code du sport, afin que ceux-ci les bloquent volontairement, et ce, même s'ils ne sont pas visés dans la décision ordonnant la mise en œuvre des mesures. Cela donnerait à ces intermédiaires la possibilité de s'engager volontairement dans la lutte contre le piratage.
- 3. Sanctionner pénalement le piratage des compétitions et manifestations sportives.** Il n'existe pas à ce jour de sanction pénale spécifique pour le piratage des retransmissions sportives, contrairement aux contenus protégés par les droits d'auteur et droits voisins. Cette nouvelle infraction serait définie sur le modèle de l'infraction de contrefaçon de droit d'auteur et de droits voisins prévue par le code de la propriété intellectuelle, et elle réprimerait le fait d'éditer ou de mettre à disposition du public des sites et services de piratage sportif et/ou de commercialiser des abonnements ou des boîtiers donnant accès à des services illicites ainsi que le fait d'en faire la promotion. Le but ici est de sanctionner les personnes fournissant des services piratés, et absolument pas de punir le consommateur.

Le soutien d'un maximum de parlementaires à cette PPL montrerait le soutien à l'économie du sport français. Ce soutien serait d'autant plus logique qu'il s'agit ici de **mesures qui ne « coûtent rien » aux finances publiques**, et qui **développeront avec certitude les revenus des détenteurs de droits sportifs**, dans une période de crise majeure, particulièrement pour certains clubs en région (130 millions d'euros de manque à gagner pour les clubs professionnels).

⁷ Loi n° 2021-1382 du 25 octobre 2021 relative à la régulation et à la protection de l'accès aux œuvres culturelles à l'ère numérique ([lien](#)).

