

**CONCOURS SUR ÉPREUVES D'ADMISSION
DANS LE CORPS DES OFFICIERS DE LA
GENDARMERIE NATIONALE**

ouvert aux capitaines ou officiers de grade correspondant, issus du corps des officiers des armes de l'armée de terre, des corps des officiers de marine ou des officiers spécialisés de la marine ou des corps des officiers de l'air, des officiers mécaniciens de l'air et des officiers des bases de l'air, âgés de trente-cinq ans au plus et titulaires d'un diplôme ou titre conférant le grade master ou d'un diplôme ou titre homologué ou enregistré au répertoire national des certifications professionnelles au moins de niveau 7.

- OG OA -

SESSION 2026

ÉPREUVE DE SYNTHÈSE DE DOSSIER

(Durée : 04 heures – Coefficient : 05 – Note éliminatoire < 5/20)

La note de synthèse est construite selon un plan classique : introduction, développement, conclusion. Elle est entièrement rédigée. Seules les grandes parties peuvent éventuellement être précédées d'un titre. Elle doit être objective, dénuée d'appréciation personnelle. Le candidat doit rédiger en 600 mots (tolérance + 10%) une note de synthèse claire, précise et concise.

Le non-respect du nombre de mots imposé pour la rédaction entraîne l'attribution d'une pénalité fixée dans le tableau ci-dessous :

| NOMBRE DE MOTS ÉCRITS PAR LE CANDIDAT | PÉNALITÉ CORRESPONDANTE |
|--|--------------------------------|
| Rédaction de 661 à 670 mots | Moins 1 point |
| Rédaction de 671 à 680 mots | Moins 2 points |
| Rédaction de 681 à 690 mots | Moins 3 points |
| Rédaction de 691 à 700 mots | Moins 4 points |
| Rédaction de plus de 700 mots | Moins 10 points |

« Le sport en France »

« La promotion de sport de haut niveau face à la dégradation de la condition physique de la jeunesse française : enjeux et perspectives. »

| SOMMAIRE | | | |
|----------|--|-----------------|-------|
| Pièce | Titre | Nombre de pages | Index |
| N° 1 | Sondage IFOP de 2024 sur le sport et la santé en France. 23.08.24 <i>Source : https://www.ifop.com/article/le-sport-et-la-sante-en-france</i> | 1 | 3 |
| N° 2 | Le sport : quelle politique publique ? Extrait de rapport du conseil d'État : 21 propositions pour élaborer une politique publique du sport plus volontaire et ambitieuse. 15.10.2019 <i>Source : https://www.conseil-etat.fr/publications-colloques/etudes/etudes-annuelles/le-sport-quelle-politique-publique</i> | 2 | 4 |
| N° 3 | le sport, facteur de développement social et de cohésion territoriale Article de l'agence nationale de la cohésion des territoires pour la commission européenne – 21.03.2023 <i>Source : https://france.representation.ec.europa.eu/informations/le-sport-facteur-de-cohesion-sociale-et-de-developpement-territorial-2023-03-21_fr</i> | 2 | 6 |
| N° 4 | Communiqué de presse du ministère des sports du 18 novembre 2025. Paris, 18.11.2025 <i>Source : https://www.sports.gouv.fr/ambition-bleue-2025-2032-9990</i> | 2 | 8 |
| N° 5 | Texte officiel : question écrite au journal officiel du Sénat du 08/10/2020 et réponse du 20/05/2021. <i>Source : https://www.senat.fr</i> | 3 | 10 |
| N° 6 | Inactivité physique et sédentarité chez les jeunes. Article de l'ANSES du 23/11/2020 <i>Source : https://www.anses.fr/fr/content/inactivite-physique-et-sedentarite-chez-les-jeunes-lanses-alerte-les-pouvoirs-publics</i> | 2 | 13 |
| N° 7 | Pour éviter un « tsunami sanitaire », ce lycée breton teste ses élèves. Article Ouest France du 08/10/2025 <i>Source : https://www.ouest-france.fr/sante/pour-detecter-les-decrocheurs-ce-lycee-breton-teste-les-capacites-physiques-de-ses-eleves</i> | 2 | 15 |
| N° 8 | Le sport, levier stratégique pour la société Article de la FFESSM du 14/04/2025 14.04.2025 <i>Source : https://ffessm.fr/actualites/le-sport-levier-strategique-pour-la-societe-une-etude-confirme</i> | 2 | 17 |

| | | | |
|-------|--|----|----|
| N° 9 | Panorama de l'impact du sport dans l'économie Française Publication BPI France de juin 2024 <i>Source : https://www.bpifrance.fr/sites/default/files/2024-06/PANORAMA_IMPACT_SPORT_0.pdf</i> | 10 | 19 |
| N° 10 | AMBITION BLEUE 2025-2032, la nouvelle stratégie de l'Agence nationale du Sport pour faire briller le sport français COMMUNIQUÉ DE PRESSE <i>Source : https://www.sports.gouv.fr/ambition-bleue-2025-2032-9990</i> | 2 | 31 |
| N° 11 | Un collégien sur 5 ne fait pas de sport régulièrement pendant ses loisirs. Analyse INJEP N°85 du 04/04/2025 <i>Source : https://injep.fr/publication/un-collegien-sur-cinq-ne-fait-pas-de-sport-regulierement-pendant-ses-loisirs/</i> | 4 | 33 |

La documentation (entre 30 et 40 pages non recto-verso) fera partie intégrante du sujet.

Libellé du sujet et documentation seront insérés dans un même fichier et toutes les pages seront numérotées.

Sondage IFOP de 2024 sur le sport et la santé en France.

L'étude révèle une forte prise de conscience des Français de l'importance de la pratique d'une activité physique et sportive, avec 84% des répondants en Hexagone considérant l'activité physique comme importante. 64% déclarent y allouer au moins 30 minutes par jour, et 93% en perçoivent les bienfaits pour leur santé physique, tandis que 69% notent des effets positifs sur leur bien-être mental et/ou diminution du stress.

La pratique sportive régulière est bien intégrée dans le quotidien des Français, avec 61% des répondants en Hexagone pratiquant une activité physique et sportive de manière régulière. Cette activité est perçue avant tout comme un plaisir pour 63% des pratiquants, tandis que seulement 9% la voient comme une contrainte. Les sports les plus pratiqués incluent la marche/marche nordique (25%), la musculation/fitness (14%) et la course à pied (11%).

Malgré cette dynamique, l'étude met en avant des obstacles persistants. 30% des pratiquants sportifs rencontrent au moins une contrainte, notamment le manque de temps (46%), des contraintes financières (33%) ou des problèmes de mobilité (31%). En outre, 39% des Français ne pratiquent aucune activité sportive, principalement en raison du manque de motivation (42%) et de temps (35%).

L'étude souligne également l'influence de la famille sur la pratique sportive des enfants. Ainsi, 61% des enfants pratiquent une activité sportive, c'est d'autant plus important lorsque au moins un parent pratique aussi une activité sportive (69%). En revanche, seuls 43% des enfants pratiquent un sport lorsque aucun parent n'en fait.

Enfin, l'étude met en évidence le rôle des entreprises pour promouvoir l'activité physique et sportive. Aujourd'hui, certaines entreprises offrent déjà des vestiaires/douches (47%), un forfait mobilité durable (34%) ou des subventions (31%) pour encourager la pratique sportive. Ces dispositifs sont utilisés par les salariés, qui déclarent à 72% se sentir plus performants au travail grâce à l'activité physique ou sportive.

Cette étude, réalisée auprès de 3020 Français âgés de 18 à 75 ans dont 1484 familles ayant des enfants de 3 à 17 ans, met en lumière l'importance de l'activité physique pour la santé publique et le bien-être général. Les résultats montrent une adoption croissante de l'activité physique dès le plus jeune âge et un besoin d'initiatives pour surmonter les obstacles à la pratique régulière.

Le sport : quelle politique publique ?

Extrait de rapport du conseil d'État : 21 propositions pour élaborer une politique publique du sport plus volontaire et ambitieuse.

À l'aune de la préparation des Jeux olympiques de 2024, le Conseil d'État formule 21 propositions pour élaborer une politique publique du sport plus volontaire et ambitieuse, autour de trois leviers prioritaires : rassembler les acteurs publics et associatifs, démocratiser l'accès au sport et réguler son économie.

Le sport constitue un fait social complet qui touche à de nombreuses questions sensibles de la société française : santé, égalité des sexes, vieillissement de la population, éducation mais aussi cohésion sociale, intégration et citoyenneté, aménagement du territoire. C'est pourquoi l'étude du Conseil d'État formule des recommandations pour une politique publique ambitieuse, à mener par les pouvoirs publics et en lien étroit avec le tissu associatif qui structure le mouvement sportif.

Rassembler et responsabiliser les acteurs de la politique publique du sport

Pour le Conseil d'État, l'État doit assurer la définition de la stratégie nationale et internationale du sport de haut niveau comme du développement de la pratique sportive pour le plus grand nombre. Sa mise œuvre devrait être assurée par la récente Agence nationale du sport dans le cadre d'une convention d'objectifs. L'étude préconise également une concertation dans les territoires pour permettre aux différents niveaux de collectivités d'organiser la compétence sportive en fonction de la situation locale, en s'appuyant sur des projets sportifs territoriaux. Cette nouvelle gouvernance du sport doit par ailleurs s'accompagner d'un approfondissement de la démocratisation du mouvement sportif (élection au suffrage direct des instances des fédérations, limitation du nombre de mandats successifs) et de sa responsabilisation (renforcement des dispositifs d'évaluation de l'éthique et l'indépendance des organes disciplinaires).

Démocratiser les activités physiques et sportives pour répondre aux besoins sanitaires, éducatifs et culturels

Le Conseil d'État insiste sur la nécessité de garantir l'égal accès aux activités sportives, en particulier des hommes et des femmes, des personnes en situation de handicap, tout en garantissant la qualité de l'encadrement sportif, la sécurité des pratiques et le développement de l'emploi sportif par la simplification de la réglementation des diplômes d'éducateur sportif.

Les objectifs de bien-être et de santé publique doivent être placés au premier plan, en enseignant une pratique du sport axée davantage sur la promotion de l'équilibre et de l'épanouissement que sur la performance. La conduite de la stratégie nationale sport santé 2019-2024 devra notamment veiller à mettre en valeur les usages du sport comme outil de prévention et comme thérapie non médicamenteuse. Le Conseil d'État préconise également de recenser, soutenir et étendre les actions innovantes des éducateurs sportifs utilisant le sport à des fins d'insertion et d'émancipation. Les pratiques sportives s'inscrivent de plus en plus dans un environnement qui n'est pas a priori celui du sport – mais celui de la ville, du village ou de la nature –, l'étude incite à la promotion d'un urbanisme favorable à l'activité physique et sportive.

Garantir l'unité du sport et réguler son économie

Il importe enfin de réguler certains aspects de l'économie du sport, afin de garantir son unité et son intégrité. Cette régulation doit tout d'abord se fonder sur la solidarité du sport professionnel et du sport amateur, notamment par des évolutions relatives à l'assiette et au produit de la « taxe Buffet ». Le soutien public doit aussi être dirigé en priorité vers les disciplines moins médiatiques et souvent dépourvues de secteur professionnel.

La régulation doit également porter sur la diffusion des événements sportifs, élément central du financement du sport. L'accès du plus grand nombre à la retransmission des principaux événements sportifs et à la diversité des disciplines sportives sur les chaînes publiques est un impératif. C'est pourquoi l'étude préconise d'autoriser, par dérogation, la publicité sur ces chaînes après 20 heures lors de la diffusion d'événements sportifs en intégralité.

Pour assurer une plus grande visibilité du sport féminin et des épreuves paralympiques, la liste des événements d'importance majeure définie par décret doit être complétée. Les compétences du CSA doivent en outre être renforcées pour garantir l'accès du public à ces événements.

Le sport, facteur de développement social et de cohésion territoriale.

Article de l'agence nationale de la cohésion des territoires pour la commission européenne

Si le développement de la pratique sportive en tant que telle n'est pas une priorité de la politique de cohésion européenne, il participe néanmoins à la cohésion sociale et à l'attractivité des territoires. Les fonds européens (FEDER, FEADER et FSE+) ont ainsi soutenu et peuvent soutenir des projets en faveur de l'inclusion ou des infrastructures quand celles-ci répondent à un enjeu de territoire.

Le sport aménage les espaces de vie

Le Fonds Européen Développement Régional (FEDER) intervient principalement pour financer des investissements physiques, à partir du moment où ils répondent à une stratégie de développement territorial ou à un enjeu climatique. Plusieurs objectifs sont en effet recherchés pour financer des infrastructures sportives : amélioration du cadre de vie, mobilité, transition énergétique ou recherche en santé.

Des équipements sportifs peuvent être financés dans des territoires à enjeux spécifiques comme en quartier politique de la ville par exemple dans le cadre d'approches territoriales intégrées. Favoriser la pratique sportive, peut également s'entendre à l'échelle du quotidien, en soutenant l'aménagement de mobilier urbain adapté.

Dans le contexte de la neutralité carbone prévue pour 2050, les fonds européens investissent massivement dans la transition énergétique et le développement des mobilités douces. Sur la période de programmation 2021-2027, il est ainsi prévu de financer 1 300 km de pistes cyclables en France. Par ailleurs, des équipements sportifs peuvent bénéficier de fonds européens pour financer leur rénovation énergétique.

Le Fonds Européen de Développement Rural, FEADER, peut également financer des projets d'infrastructures en milieu rural dans la mesure où ils constituent un facteur d'attractivité du territoire et participent au développement local.

Exemples de projets financés :

- **Urban Parc, l'usine à sensations au cœur d'Alès – FEDER**

Reconversion d'une ancienne friche en lieu pour la pratique des sports de glisse et d'accrobranche. L'Urban parc est situé dans un quartier politique de la ville à Alès et propose des activités accessibles aux adultes et aux enfants. La transformation de cette friche a participé à la revalorisation du quartier.

- **Pistes cyclables en Provence-Alpes-Côte d'Azur**

La région Provence-Alpes-Côte d'Azur a récemment publié un bilan sur le financement des aménagements dédiés au vélo sur son territoire. 35,5 millions d'euros ont permis de financer 45 projets d'aménagements divers : voies vertes, pistes bidirectionnelles, etc.

Le sport, former, se former et se découvrir

Au titre de la formation professionnelle, le Fonds Social Européen+ peut intervenir dans le financement des éducateurs et animateurs sportifs, notamment les formations BAPAAT. Il s'agit ici de favoriser la pratique sportive en agissant sur les formateurs.

Le Fonds Social Européen +, soutient également les projets autour du sport dans le cadre de la lutte contre le décrochage scolaire, l'insertion des personnes sous protection judiciaire ou encore l'insertion vers l'emploi.

Des programmes Interreg, de coopération territoriale européenne, peuvent financer des projets en lien avec le sport, également au titre de l'inclusion sociale.

Exemples de projets :

L'association Rebonds! en Occitanie, utilise le rugby comme outil d'éducation et d'insertion sociale et professionnelle aux jeunes âgés de 17 à 25 ans en difficulté sociale et/ou rupture scolaire, isolés dans leur situation mais marqués par la volonté de découvrir le monde de l'animation et du sport.

INTERREG Grande Région : le projet FOOT-FEM a pour objectif la mise en place d'un partenariat sportif entre 2 associations sportives française et luxembourgeoise avec échanges de compétences et savoir-faire dans le but :

- de développer la pratique du football féminin ;
- d'améliorer le niveau de pratique moyen ;
- -de favoriser des échanges transfrontaliers pour les publics concernés, joueuses, éducateurs sportifs et dirigeants ;
- de renforcer l'attractivité locale des clubs respectifs.

Communiqué de presse du ministère des sports du 18 novembre 2025.

Paris, le 18 novembre 2025

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

AMBITION BLEUE 2025-2032, la nouvelle stratégie de l'Agence nationale du Sport pour faire briller le sport français.

Marina Ferrari, Ministre des Sports, de la Jeunesse et de la Vie associative, Marie-Amélie Le Fur, Présidente de l'Agence nationale du Sport (ANS), et Yann Cucherat, Manager Général de la Haute Performance, ont présenté ce mardi à Roland-Garros, la stratégie de performance du sport français « Ambition Bleue 2025-2032 ».

Objectif : prolonger le succès sportif de Paris et préparer les médaillés de demain.

Toutes les familles du sport français étaient réunies aujourd'hui au stade Roland-Garros pour la présentation de la stratégie AMBITION BLEUE 2025-2032. Présentée par Marina Ferrari, Ministre des Sports, de la Jeunesse et de la Vie associative, Marie-Amélie Le Fur, Présidente de l'ANS et du Comité Paralympique et Sportif Français, Yann Cucherat, Manager Général de la Haute Performance, Amélie Oudéa-Castéra, Présidente du Comité National Olympique et Sportif Français, et Edgar Gropiron, Président du Comité d'Organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques d'hiver 2030, tous ont souligné l'importance de se projeter vers les prochaines échéances olympiques et paralympiques.

Le plan 2025-2032 s'inscrit dans la continuité de la stratégie menée pour les Jeux de Paris 2024, qui a contribué à la réussite de l'Équipe de France. Avec une ambition renouvelée, et sous la conduite du Pôle Haute Performance de l'ANS, il poursuit un objectif ambitieux : installer durablement la France au plus haut niveau olympique et paralympique, avec en perspective les Jeux d'hiver 2030 dans les Alpes françaises.

Cette ambition se déclinera à travers une vision structurée autour de quatre grandes orientations :

1. Poursuivre la transformation du modèle du haut niveau français ;
2. Installer notre culture de la performance en identifiant, ciblant et en accompagnant les athlètes et para-athlètes à haut potentiel ;
3. Préparer les victoires de demain en investissant dans les générations futures ;
4. Mobiliser la data et l'IA pour les mettre au service de la haute performance.

« Les prochains rendez-vous que sont Milan 2026, Los Angeles 2028 et les Alpes françaises 2030 ouvrent un nouveau cycle. Grâce au renouvellement de la stratégie Ambition Bleue, la France doit s'installer durablement parmi les grandes nations sportives. Après Paris, nous devons continuer à structurer la haute performance, mieux accompagner nos athlètes, renforcer la détection et soutenir les cadres. C'est une ambition partagée avec tout le mouvement sportif, le tout dans un cadre où la performance ne se construit pas au détriment du bien-être des sportifs. »

Marie-Amélie Le Fur, Présidente, Agence Nationale du Sport

« L'attribution des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 a marqué un tournant décisif. Elle a révélé la nécessité de repenser notre modèle pour soutenir davantage la Haute

Performance tout en développant la pratique pour toutes et tous. L'Agence est née de cette volonté de transformation, afin de fédérer l'ensemble des acteurs autour d'un projet sportif commun et durable. Le Pôle Haute performance incarne pleinement cette démarche, alliant innovation, expertise et accompagnement de proximité, et continuera à jouer ce rôle dans le cadre d'Ambition bleue 2025-2032. C'est en consolidant cette gouvernance, en renforçant la responsabilité de chacun et en cultivant la confiance entre tous les acteurs que nous inscrirons durablement le sport français dans une dynamique d'excellence, au service de la performance, de la cohésion et du rayonnement de notre société. »

Yann Cucherat, Manager Général de la Haute Performance, Agence Nationale du Sport « Comme je l'ai toujours affirmé : Paris 2024 n'était pas un aboutissement, mais bien un point de départ. La Haute Performance ne se décrète pas, elle se construit patiemment, avec ambition, exigence et méthode. Ambition Bleue 2025-2032 repose sur un objectif clair : inscrire durablement la France au plus haut niveau, tout en donnant aux athlètes les moyens de s'épanouir pleinement dans leur parcours de vie. Pour y parvenir, nous renforcerons les projets de performance fédéraux, développerons de nouveaux viviers de talents, soutiendrons la recherche scientifique et médicale, et accompagnerons les sportifs et leurs entraîneurs au plus près des territoires. Les défis qui nous attendent sont immenses, mais ils sont à la hauteur des enjeux que nous portons. Ensemble, faisons de cette décennie une étape fondatrice pour le sport français, où chaque victoire individuelle nourrira une fierté collective et où l'excellence française rayonnera durablement, bien au-delà des podiums.

Texte officiel : question écrite au journal officiel du Sénat du 08/10/2020 et réponse du 20/05/2021.

Question de Mme MÉLOT Colette (Seine-et-Marne - Les Indépendants) publiée le 08/10/2020

Mme Colette Mélot attire l'attention de Mme la ministre déléguée auprès du ministre de l'éducation nationale, de la jeunesse et des sports, chargée des sports sur la dégradation de la condition physique des jeunes par manque de pratique sportive.

Une étude récente alerte sur la condition physique des jeunes d'aujourd'hui. En 50 ans, la capacité physique des 7-18 ans a baissé de 25 %.

Pour les cardiologues, ces chiffres sont alarmants lorsque l'on sait que le capital santé se construit jusqu'à 18 ans. La diminution de la capacité physique des jeunes générations pourrait conduire à une plus courte espérance de vie que celle de leurs aînés.

L'une des conséquences de cette sédentarité est le développement du diabète lié au surpoids chez les plus jeunes, un phénomène encore rare il y a quelques années. Aujourd'hui, on constate des diabétiques dès 14 ans alors que le diabète de type 2, c'est-à-dire le diabète lié au surpoids, touche plutôt l'homme de 40 ans.

Selon le comité national olympique et sportif français il est indispensable que les jeunes exercent une pratique sportive régulière, c'est un enjeu de santé publique. Il appelle donc des mesures fortes de la part du gouvernement.

Aussi, elle lui demande quel plan d'action national elle compte déployer afin de redonner le goût du sport aux jeunes de moins de 18 ans.

- page 4558

Réponse du Ministère auprès du ministre de l'éducation nationale, de la jeunesse et des sports - publiée le 20/05/2021

Dans un contexte où les enfants et les adolescents sont de plus en plus sédentaires et physiquement inactifs (ANSES 2020), la promotion de l'activité physique chez les jeunes constitue effectivement un enjeu majeur de santé publique.

Il existe désormais de solides preuves scientifiques qui montrent que la pratique régulière d'une activité physique et sportive dès le plus jeune âge participe considérablement à la santé physique, mentale et sociale.

Les travaux de l'INSERM (2008) et de l'ANSES (2016) ont permis de mettre en évidence les nombreux bénéfices sur la santé tels que l'amélioration de la condition physique et de la composition corporelle, la diminution des facteurs de risque cardiovasculaire, le renforcement de la confiance et de l'estime de soi, la réduction de l'anxiété, du stress et des risques de dépression, l'amélioration des capacités d'apprentissage, et de la réussite scolaire.

De plus, les études soulignent que l'activité physique et sportive pratiquée au cours de l'enfance et de l'adolescence a des effets positifs sur la santé de l'adulte.

Cependant, les enfants et les adolescents, ainsi que leurs familles sont confrontés à une multitude de freins qui limitent la pratique d'une activité physique et sportive. Cela se traduit par un risque sanitaire préoccupant, puisque selon les dernières données de l'ANSES (2020), soixante-six pour cent des jeunes âgés entre 11 et 17 ans sont insuffisamment actifs et trop sédentaires.

Face à ce constat alarmant, la promotion des activités physiques et sportives auprès des enfants et des adolescents constitue une des priorités du ministère de l'Éducation nationale, de la Jeunesse et des Sports. Dans cette perspective, un certain nombre de mesures fortes sont déjà mises en œuvre et d'autres sont en cours de déploiement sur le territoire national. Ces mesures s'inscrivent dans le cadre de plusieurs programmes interministériels qui visent à agir sur le milieu de vie des jeunes par une approche globale et intégrée, en donnant la priorité à ceux qui sont les plus éloignés de la pratique, ainsi qu'aux territoires les plus fragilisés. Les temps scolaires, périscolaires et extrascolaires représentent une part importante de la journée des enfants et des adolescents, le milieu éducatif constitue donc un environnement privilégié afin d'agir efficacement sur la santé des jeunes.

Les nombreuses actions de promotion de l'activité physique et sportive (APS) sont ainsi déclinées, tel que prévue par la Stratégie nationale Sport Santé 2019-2024 :

- inscription de la promotion de l'APS dans le cadre du développement des écoles qui promeuvent la santé et le Parcours éducatif de santé (PES) de l'élève (de la maternelle au lycée) notamment en s'appuyant sur le réseau des jeunes ambassadeurs de santé et sur le label « Génération 2024 ». Sur ce dispositif, mesure phare du plan héritage JOP 2024, 3 254 écoles et établissements sont labellisés en septembre 2020 soit 6,52 % avec un objectif de 20 % en 2024. L'objectif est presque atteint pour les collèges dont 18 % sont déjà engagés dans le label ;
- déploiement national massif des programmes d'acquisition des savoirs sportifs fondamentaux « Savoir rouler à vélo » (2020 : 14 000 attestations SRAV délivrées à ce jour dans le temps et hors du temps scolaire) et « Aisance aquatique » (l'appel à projets ANS en 2019 concerne 18 515 enfants et 762 adultes formés à l'encadrement de l'AAQ) avec la mobilisation des rectorats et des services déconcentrés du ministère chargé des Sports ;
- augmentation du temps de pratique journalier des APS sur le temps scolaire et périscolaire, dispositif « 30 minutes d'activité physique au quotidien », dont l'appel à manifestation d'intérêt vient d'être lancé auprès de l'ensemble des écoles du territoire national ;
- soutien au développement des programmes d'APS pendant et en dehors des temps scolaires ;
- programmes de type ICAPS « Intervention auprès des collégiens centrés sur l'activité physique et la sédentarité » ;
- accompagnement des 32 fédérations sportives signataires de conventions spécifiques aux actions d'éducation et visant à renforcer les synergies de promotion des APS comme facteur de santé bien-être avec les fédérations scolaires et universitaires.

D'autres actions sont développées dans le milieu éducatif et visent notamment à :

- favoriser la pratique d'activité physique et sportive par l'aménagement du temps scolaire : dispositif « Cours le matin, EPS et sport l'après-midi » ;
- développer les sections sportives scolaires ;
- renforcer le suivi et cartographier les actions mises en œuvre dans le cadre des conventions signées par 32 fédérations sportives avec les fédérations sportives scolaires USEP, UNSS, UGSEL, afin de déployer sur les territoires davantage d'actions éducatives et accompagner l'apprentissage et l'enseignement des activités sportives au bénéfice des jeunes ;
- assurer la mise en œuvre des programmes et dispositifs du ministère chargé des Sports dans le cadre des programmes « Cités éducatives » et « Territoires éducatifs ruraux », labels d'excellence éducative en faveur de la réussite des jeunes bénéficiaires.

Afin de mobiliser l'ensemble de la communauté éducative, le thème retenu pour la semaine olympique et paralympique 2021 est la « Santé ». Une perception négative des activités physiques et sportives, ainsi que le manque de connaissances sur leurs bienfaits en population générale, limitent aussi la pratique des jeunes.

C'est pourquoi, afin de lutter contre ces freins, le ministère chargé des Sports travaille en lien étroit avec le ministère des Solidarités et de la Santé au développement d'une campagne sur le thème « Le mois de l'activité physique et sportive » permettant une communication adaptée aux différents publics visés en utilisant les techniques du marketing social afin d'obtenir des changements de comportements pérennes.

De même, dans l'objectif de prévenir les impacts d'une inactivité physique et des comportements sédentaires sur la santé des jeunes, les 138 Maisons Sport-Santé reconnues suite au premier appel à candidatures en 2019, sont des relais de proximité permettant d'accueillir, d'informer sur les bienfaits de la pratique, d'évaluer la condition physique et de prendre en charge les publics ou les orienter vers les acteurs locaux compétents. Le déploiement de ce dispositif interministériel sur l'ensemble du territoire national contribue ainsi à inciter et à accompagner les jeunes vers une activité physique et sportive pérenne.

Enfin, le Pass'Sport, doté d'une enveloppe de 100M euros en 2021, est un dispositif qui permettra à 1,25M d'enfants de retrouver le chemin du club sportif, en contribuant massivement à la reprise de la pratique sportive pour les publics les plus fragiles. Ce dispositif permettra également de lutter efficacement contre la sédentarité. Le Pass'Sport vise également à accompagner la reprise d'activités des jeunes sédentaires et les inciter à s'inscrire dans les programmes des Maisons Sport Santé.

- page 3321

Inactivité physique et sédentarité chez les jeunes.

Article de l'ANSES du 23/11/2020 :

Inactivité physique et sédentarité chez les jeunes : l'Anses alerte les pouvoirs publics

Pour être en bonne santé, il est essentiel de pratiquer des activités physiques – sport, marche, jeux... – et de limiter les temps de sédentarité devant les écrans. L'Anses publie ce jour une évaluation des risques sanitaires associés à la sédentarité et à l'inactivité physique des enfants et adolescents. Cette expertise montre que les deux tiers des 11-17 ans se situent à un niveau de risque élevé, ce qui peut se traduire par du surpoids, de l'obésité, des troubles du comportement alimentaire ou encore une qualité du sommeil et de vie altérée. Or, les habitudes prises à l'adolescence tendent à s'installer, avec un impact sur la santé et la qualité de vie à l'âge adulte. L'Anses alerte donc aujourd'hui les pouvoirs publics sur la nécessité de promouvoir et renforcer l'activité physique dès l'adolescence.

L'adolescence est une période charnière au cours de laquelle les habitudes acquises ont tendance à se pérenniser voire à s'accroître à l'âge adulte avec des effets associés sur la santé. Or, le **contexte actuel** est particulièrement **propice à l'augmentation des temps de sédentarité et tout particulièrement du « temps écran »**, avec le développement d'une offre numérique abondante et de nouvelles technologies incitant encore davantage à la sédentarité. Les effets du confinement accentuent par ailleurs la tendance à l'inactivité physique et la sédentarité.

En s'appuyant sur les données d'INCA3 (troisième étude sur les consommations et les habitudes alimentaires de la population française), **l'Anses a souhaité évaluer les effets sanitaires de l'exposition des jeunes français à la sédentarité et aux faibles niveaux d'activité physique**. Cette expertise s'inscrit dans la continuité des travaux antérieurs de l'Agence, en particulier l'avis de 2016 sur l'actualisation des repères relatifs à l'activité physique et à la sédentarité dans lequel elle avait déterminé les **seuils sanitaires spécifiques aux 6-17 ans** associés à ces deux facteurs de risques que sont :

- **la sédentarité** : le temps passé assis ou allongé devant un écran de loisir (télévision, ordinateur, jeu vidéo...), hors temps scolaire. Lorsqu'il est supérieur à 2 heures par jour, ce « temps écran » peut constituer un risque pour la santé ;
- **l'inactivité physique** : lorsque l'activité physique est inférieure à 60 minutes par jour, incluant le sport pratiqué pendant le temps scolaire, les jeunes sont considérés comme insuffisamment actifs.

Inactivité physique et sédentarité : les deux tiers des 11-17 ans dépassent les deux seuils sanitaires

Selon l'expertise menée par l'Agence, parmi les jeunes de 11 à 17 ans :

- **66 % présentent un risque sanitaire préoccupant**, caractérisé par le dépassement simultané des deux seuils sanitaires : plus de 2 heures de temps écran et moins de 60 minutes d'activité physique par jour ;
- **49 % présentent un risque sanitaire très élevé**, caractérisé par des seuils plus sévères, soit plus de 4h30 de temps écran journalier et/ou moins de 20 minutes d'activité physique par jour. Parmi ceux-là, 17 % sont même particulièrement exposés, cumulant des niveaux très élevés de sédentarité (plus de 4h30 d'écran par jour) et d'inactivité physique (moins de 20 minutes par jour) ;
- le niveau de sédentarité est plus élevé encore chez les adolescents les plus âgés (15-17 ans) et chez les jeunes issus des milieux les moins favorisés.

Par ailleurs, pour les 11-14 ans, les filles sont moins nombreuses (15,5%) que les garçons (24%) à pratiquer au moins 60 minutes d'activité physique par jour.

Les résultats de cette expertise interpellent fortement l'Anses. En effet, il est **extrêmement rare qu'une évaluation des risques montre que les deux tiers de la population étudiée présentent un dépassement des seuils sanitaires**, traduisant ainsi une exposition à un niveau de risque élevé pour la santé.

L'insuffisance d'activité physique : un risque sanitaire à part entière

L'Anses rappelle que des niveaux de sédentarité élevés, c'est-à-dire des temps longs dédiés aux écrans, sont le plus souvent associés à des risques de surpoids et d'obésité chez les enfants, mais aussi à des troubles du comportement alimentaire ainsi qu'à une qualité du sommeil et de vie altérée. Pratiquer une activité physique permet pourtant d'atténuer les effets néfastes du « temps écran » sur la santé. Au-delà de la pratique sportive, se déplacer à pied, jouer à des jeux de plein air, porter une charge ou encore monter ou descendre les escaliers contribuent également à l'activité physique.

L'activité physique a longtemps été considérée comme bénéfique pour la santé sans pour autant lui être essentielle. L'Anses recommande désormais de considérer l'insuffisance d'activité physique, au même titre que les comportements sédentaires, comme un facteur de risque sanitaire à part entière.

Promouvoir et renforcer l'activité physique dès l'adolescence : un enjeu majeur de santé publique

Dès 2016, l'Anses préconisait de rompre le plus régulièrement possible les temps de sédentarité (se lever, s'étirer...) et de diminuer les temps écran en les remplaçant par des périodes d'activité physique, y compris de faible intensité et de courte durée.

Au-delà de ces recommandations, l'Anses alerte aujourd'hui les pouvoirs publics pour des mesures renforcées à ce sujet dans le cadre du Plan national nutrition santé (PNNS), et insiste sur la nécessité de promouvoir des actions :

- pour lutter contre la sédentarité chez les jeunes, et en particulier envers les adolescents les plus âgés (15-17 ans) et ceux dont le niveau social est le plus faible ;
- pour développer l'activité physique des jeunes adolescentes à travers notamment la sensibilisation des enfants/adolescents, parents et personnels éducatifs ;

Ces actions devront associer lutte contre la sédentarité et lutte contre l'inactivité physique, de façon à réduire la prévalence des profils les plus à risque.

D'une manière générale, l'Agence rappelle que la réduction des risques liés à la sédentarité et à l'inactivité physique passe par la **création d'un environnement global favorable à l'évolution des comportements, tant à l'échelle individuelle que collective** : à la maison, à l'école, dans l'espace public à travers le développement des pistes cyclables... Elle rappelle en ce sens l'importance des actions menées par Santé publique France dans le cadre du PNNS, qui visent l'émergence d'un environnement favorable à un style de vie actif, l'amélioration des connaissances et des compétences des publics, et l'implication des professionnels de la santé, du social et de l'éducation.

Rappel des recommandations de l'Anses de 2016 :

- favoriser la pratique d'activité physique, de types différents (cardio-respiratoire, renforcement musculaire, souplesse) et en identifiant toutes les occasions de pratique : se déplacer, porter une charge, monter ou descendre les escaliers, être actif à son domicile, *etc.* sont des pratiques d'activité physique ;
- encourager la réduction des comportements sédentaires, en réduisant la durée totale passée quotidiennement assis et en interrompant les temps prolongés de sédentarité par des pauses actives. C'est la concomitance de l'augmentation de l'activité physique et la réduction des temps cumulés et continus de sédentarité qui produira les effets les plus marqués sur la santé.

Pour éviter un « tsunami sanitaire », ce lycée breton teste ses élèves.

La France est le 119e pays au monde pour la pratique d'activité physique des adolescents. Une « bombe à retardement » sanitaire pointée par les médecins. Près de Rennes, un lycée a pris le contre-pied en plaçant la lutte contre la sédentarité au cœur de son projet éducatif. Tout y est fait pour aider les élèves à « bouger ».

« Ce n'est pas un concours et ça ne sert à rien de tricher. Le but c'est de faire un état des lieux de votre condition physique et d'identifier ce qui peut être amélioré. »

Devant une centaine d'élèves de seconde modérément attentifs, mardi 7 octobre 2025, Sylvain Portier rappelle les règles du jeu.

Pour la cinquième année, lui et ses collègues d'EPS du lycée Anita-Conti, à Bruz, près de Rennes, organisent une journée de tests pour mesurer les capacités physiques de leurs élèves de seconde.

Les enseignants ont mis au point, avec des spécialistes, une méthodologie pour tester **« l'ensemble des composantes de l'activité physique : la force, la souplesse, le gainage, la vitesse, les capacités cardio-respiratoires... »**

Concrètement, les élèves doivent sauter le plus loin possible sans élan, tenir sur une petite barre en équilibre, rester assis « en chaise », se suspendre à une barre de traction pendant un temps donné... Chaque exercice est noté de 1 à 5 en fonction de la facilité à l'accomplir.

« 10 % ne font rien »

« À la suite de ces évaluations, un retour personnalisé est fait à tous les élèves, explique Sylvain Portier. On essaie ensuite de travailler les points faibles de chacun. Cette journée nous permet aussi de détecter ceux qui ont complètement décroché physiquement. Il y en a dans chaque classe. »

En début d'année, le lycée a distribué un questionnaire à l'ensemble des secondes pour déterminer leur niveau d'activité physique hebdomadaire et leur moyen de transport pour se rendre au lycée : **« Nous avons découvert que 10 % ne font absolument rien en dehors de leurs deux heures d'EPS. Nous allons les réunir et contacter leurs parents pour tenter de mettre en place des actions ».**

Pour **« mesurer son niveau de sédentarité et son taux d'activité »** chaque élève de seconde se verra aussi confier un actimètre pendant une semaine.

Le lycée a mis la lutte contre la sédentarité au cœur de son projet éducatif. Grâce à l'aide des parents d'élèves, il a pu acheter des « vélos bureaux » pour pédaler pendant les heures de cours. « Nous travaillons aussi avec des étudiants en ergonomie sur la manière d'adapter nos postes de travail, afin de varier les postures, explique Sylvain Portier. Nous pensons aussi à installer plusieurs tableaux dans des salles de classe pour permettre aux élèves de bouger pendant les cours. »

« Bombe à retardement »

Bouger, l'organisation mondiale de la santé (OMS) recommande aux enfants et aux ados de le faire une heure par jour. **« 87 % des jeunes français ne respectent pas ces préconisations, rappelle le Pr François Carré, cardiologue et médecin du sport reconnu sur ces questions. Pire, en 2020, la France se classait 119^e sur 146 pays pour le niveau d'activité physique et sportive chez les adolescents. »**

François Carré a récemment participé à une étude réalisée auprès de 10 000 collégiens, dont des Bretons, pour mesurer la vitesse maximale qu'ils étaient capables de tenir pendant cinq minutes de course à pied. Résultat ? La moyenne de 9,7 km/h est en net recul par rapport à la dernière étude du genre en 1987 (11 km/h). Le médecin synthétise, lapidaire : **« Sur un kilomètre, un enfant de onze ans court moins vite qu'un homme de soixante ans actif. On en est là. Les capacités physiques de nos gamins sont en chute libre. »**

Pourtant la sédentarité tue. Elle est la quatrième cause de mortalité au monde selon l'OMS. Et la situation s'aggrave jusqu'au point de redouter « un tsunami sanitaire, selon François Carré. Les adolescents passent 75 % de leur temps éveillé en position assise ou allongée. Les gamins d'aujourd'hui ont des maladies de vieux. Des diabètes de type 2 sont détectés dès quinze ans. Les glycémies et les taux de cholestérol des ados sont beaucoup plus élevés qu'auparavant. Ils préparent à 15 ans l'infarctus qu'ils feront à 30 ans. »

Le médecin s'alarme : **« Comment fera-t-on dans quelques années si 10 % à 15 % de la population doit arrêter de travailler pour cause de maladie ? C'est une bombe à retardement. »**

Le sport, levier stratégique pour la société : une étude confirme

Vie fédérale Le 14 avril 2025

Frédéric Di Méglia, président de la FFESSM, était présent jeudi dernier pour une présentation marquante : la restitution officielle de l'étude sur l'impact social, sociétal et économique du sport, pilotée par l'Observatoire des Métiers du Sport (OMS) et les partenaires sociaux de la branche. Ce travail ambitieux, désormais remis à la ministre des Sports, pose un constat sans appel : le sport est un pilier essentiel du développement collectif et individuel.

Un travail rigoureux au service de l'intérêt général

L'étude avait pour objectif de mesurer et valoriser l'effet du sport sur la société, l'économie, la santé publique, l'insertion professionnelle et la cohésion sociale. L'approche, fondée sur des données scientifiques, économiques et sociales, a été enrichie par des simulations économétriques solides.

- Résultat phare : chaque euro investi dans le sport génère au moins 13 euros d'économies pour la collectivité.
- L'économie globale réalisée grâce à la pratique sportive est estimée entre 194 et 254 milliards d'euros par an, soit jusqu'à 9,6 % du PIB français.

Un moteur d'insertion, d'éducation et de bien-être

L'étude confirme ce que les acteurs du terrain, dont la FFESSM, pensaient depuis longtemps :

"Grâce à ces travaux, les intuitions sont devenues des certitudes."

Insertion professionnelle

Le sport facilite l'accès à l'emploi, surtout pour les publics vulnérables (jeunes NEET, migrants, précaires).

Développement de compétences transversales (soft skills).

Les clubs et événements sportifs jouent un rôle de réseau et de médiation vers le monde économique.

Environ 259 600 postes dans le sport en 2023 ; le secteur connaît une croissance continue.

Santé et bien-être

Bénéfices avérés : prévention de maladies chroniques, amélioration de la santé mentale, allongement de la vie active.

L'activité physique pour lutter contre la sédentarité permettrait d'éviter 140 milliards d'euros par an de dépenses de santé, ce qui représente 2/3 des économies en termes de coût évité.

Risques à maîtriser : blessures, surentraînement, dérives (dopage, troubles alimentaires).

Réussite éducative

Amélioration des fonctions cognitives, de la discipline et de la gestion du stress.

Impacts positifs sur les résultats scolaires, la santé mentale et l'intégration sociale.

Mais : risques de sur-engagement, inégalités d'accès selon le milieu social.

Cohésion sociale

Le sport favorise l'inclusion, le dialogue interculturel, l'égalité et la citoyenneté.

Rôle clé dans les quartiers populaires, auprès des publics en situation de handicap, des femmes ou des migrants.

Canalise les violences et renforce le vivre ensemble.

Un poids économique et territorial considérable

Le secteur du sport représente 2,6 % du PIB français, soit environ 68 milliards d'euros, et emploie près de 260 000 personnes, avec une dynamique de croissance continue.

À cela s'ajoute une force souvent invisible mais essentielle : le bénévolat, évalué à jusqu'à 10 milliards d'euros.

Le tourisme sportif touche 21 millions de Français et participe à la valorisation des territoires, à condition d'être intégré à des stratégies locales. Quant aux grands événements (JO, Coupes du monde...), ils sont des moteurs économiques puissants, à condition d'en maîtriser l'héritage.

Un appel à l'action pour les décideurs publics

L'étude fournit un argument imparable pour renforcer les politiques sportives à tous les niveaux :

1 euro investi dans le sport = 13 euros économisés pour les finances publiques.

Pour la FFESSM, engagée au quotidien pour le développement du sport subaquatique et l'accès au sport pour tous, cette étude est une reconnaissance précieuse, mais aussi un levier d'action pour l'avenir.

Publication BPI France de juin 2024 : Panorama de l'impact du sport dans l'économie Française.





À l'approche de grands événements sportifs internationaux tels que les Jeux olympiques et paralympiques que notre pays s'apprête à accueillir, nous devons montrer que la France est un pays d'innovation et que cela passe aussi par le sport. La France occupe la deuxième place sur ce marché au niveau européen, estimé à plus de 70 milliards d'euros et qui pourrait franchir dans les cinq ans à venir, la barre des 100 milliards d'euros, c'est pourquoi elle a tout intérêt à poursuivre ses efforts. Nous avons d'ailleurs pu constater que toutes les compétitions sportives d'ampleur font vibrer plusieurs secteurs d'activité comme l'événementiel, l'industrie ou encore le tourisme. Insuffler une véritable dynamique au sein de l'écosystème de la sportech, donner un coup d'accélérateur à l'innovation dans le sport et contribuer à la structuration de ce marché, c'est tout le sens des actions que nous développons en matière de sport business.

Véritable catalyseur au sein des territoires, notre communauté Les Meneurs est devenue un véritable porte-étendard des régions et des collectivités en apportant son expertise à nos clubs partenaires et aux entreprises que nous accompagnons, tout en générant des synergies entre les acteurs locaux. Ces synergies et cette force du collectif, nous avons d'ailleurs pu la retrouver durant notre événement Sport Définition qui a réuni des centaines d'investisseurs, startups et autres acteurs du monde du sport avec pour objectif de contribuer à mieux connaître l'écosystème, créer des rencontres et surtout construire une vision commune pour l'avenir de l'économie du sport français.

En effet, il est primordial de montrer aux investisseurs tout comme au grand public l'énorme potentiel que représentent les entrepreneurs de la sportech. Dans chacun de nos territoires, ils bousculent les idées reçues et conçoivent, avec leurs équipes, des produits et des services révolutionnaires et innovants qui vont pouvoir être, demain, déployés partout dans le monde. Nous sommes à 100 % mobilisés pour qu'ils y parviennent et c'est pourquoi nous mettons à leur disposition l'ensemble de nos expertises et celles de nos partenaires. L'Accélérateur Sportech que nous lançons avec le ministère des Sports et des Jeux olympiques et paralympiques va également nous y aider et nous permettra de constituer cette belle équipe de France de l'économie du sport !



Julien NORONHA

Directeur exécutif en charge de la Communication, **BPIFRANCE**

LE GRAND ENTRETIEN

avec Magali TÉZENAS DU MONTCEL

Rares sont les secteurs économiques permettant aux entreprises d'embrasser des enjeux d'égalité, d'éducation ou de santé. Alors que se déroule la 17^e édition du Championnat d'Europe de football et à quelques semaines des Jeux olympiques d'été, le sport n'a jamais été aussi central dans notre société et dans notre économie. Entretien avec Magali Tézenas du Montcel, directrice générale de Sporsora et spécialiste des enjeux de marketing sportif.



Quelle place a aujourd'hui le sport dans notre économie ?

Le sport est un secteur économique à part entière qui représente 2,6 % du PIB. Avec une dynamique qui est en partie tirée par ce qu'on appelle les GESI, les grands événements sportifs internationaux, au premier rang desquels les Coupes du monde de football et de rugby et bien sûr les Jeux olympiques et paralympiques, dont les retombées ont été évaluées entre 6 et 11 milliards d'euros¹. D'un point de vue économique, ces événements engendrent des retombées directes – avec la construction de nouvelles infrastructures et les budgets liés à l'organisation – et indirectes – liées au tourisme, à la restauration, à l'hôtellerie, etc. En dehors de ces grands événements, nous avons en France la chance d'héberger des événements sportifs absolument mythiques : Roland-Garros, le Tour de France, les 24 Heures du Mans ou encore le Vendée Globe qui chaque année mobilisent tout un pan d'activités. Le secteur économique du sport, c'est aussi ses feuilletons, comme la ligue 1 Uber Eats de football, le top 14 de rugby, les championnats de basket-ball (Betclic Elite) ou de handball (Liqui Moly Starligue). Enfin, le secteur économique du sport, c'est 2,5 millions d'événements sportifs amateurs par an. Le sport est en effet une activité qu'ont en partage un grand nombre de Français. Un tiers des Français se disent intéressés par les contenus sportifs. Sur les dix premières audiences télévisuelles, huit concernaient des événements sportifs. Les trois quart des Français déclarent avoir une activité physique. Peu d'activités peuvent revendiquer de tels chiffres. Le sport a une force sans pareille pour traiter du vivre ensemble, d'inclusion, de santé ou d'éducation.

Comment les entreprises s'emparent-elles de ce dynamisme économique ?

Le sport sert de levier pour améliorer la visibilité d'une marque, travailler sa marque employeur, aller chercher des marchés spécifiques ou démontrer ses engagements RSE. Depuis 1998 et la victoire de la France lors de la Coupe du monde de football, le sponsoring sportif a beaucoup évolué. Aujourd'hui, les manières d'investir dans le sport se sont démultipliées : une marque peut soutenir un athlète, devenir partenaire d'un club, d'une équipe, d'un équipement sportif, d'une compétition sportive ou, de quelques milliers d'euros à la modique somme de 100 millions d'euros, devenir partenaire du plus bel événement au monde, les Jeux olympiques et paralympiques. Toutes ces possibilités répondent à des stratégies sous-jacentes qui sont forcément aussi très diverses. Le sport est un outil puissant qui allie une marque à quelque chose qui relève de l'émotion voire de la passion. Toutes les études attestent du fait que, lorsqu'une entreprise devient partenaire du sport, son image de marque en ressort plus sympathique.

Quel héritage laissera les Jeux olympiques et paralympiques (JOP) de Paris 2024 ?

L'héritage que ces jeux vont laisser, c'est à nous de nous en emparer. Ces JOP ont mis le sport au cœur de la société fran-

çaise. Le sport a été déclaré Grande Cause Nationale 2024 par le président de la République. L'Euro de football et les JOP vont être des moments d'union où le peuple français va se rassembler derrière ses équipes. L'objectif de ces Jeux, c'est de passer un cap en termes d'audience, avec plus de visibilité pour le sport féminin et pour les Jeux paralympiques. C'est aussi l'occasion de passer un cap en termes de pratique. On sait déjà que dès septembre, les nouveaux licenciés vont se bousculer aux portes des clubs, avec des centaines de milliers d'enfants qui vont vouloir s'inscrire au tennis, à l'athlétisme, au basket-ball, etc.

« LE SPORT A UNE FORCE SANS PAREILLE POUR TRAITER DE VIVRE ENSEMBLE, D'INCLUSION, DE SANTÉ OU D'ÉDUCATION. »

Quelle place la responsabilité joue-t-elle dans le sport ?

Parce qu'il est très médiatisé, le sport se doit d'être exemplaire. Il faut tout mettre en œuvre pour que le sport devienne un lieu de plus en plus responsable, en termes d'impact carbone, de parité, d'égalité et d'inclusion. Pour les entreprises, c'est une véritable opportunité en termes de business car le sport est le seul levier qui permet d'embarquer des enjeux d'égalité, de mixité, de parité, d'éducation et de santé. D'autant que les passionnés de sports sont extrêmement engagés. Les détenteurs de droits sportifs l'ont bien compris et font de plus en plus d'efforts pour répondre aux attentes de leurs publics.

Quels sont les enjeux à venir du marketing sportif ?

L'enjeu aujourd'hui, c'est celui de l'élargissement et de l'engagement des communautés de fans. Les nouveaux outils de sport-tech contribuent à cette ambition, en permettant d'aller chercher des publics qui n'ont pas forcément l'habitude de fréquenter les stades. Ces applications ciblent les femmes ou les familles et leur offrent une expérience client qui va au-delà du match. Autre enjeu du marketing sportif : avec les Jeux olympiques et paralympiques, on a vu revenir dans le sponsoring sportif des marques comme Carrefour, Danone ou Décathlon. C'est une très bonne chose dans un contexte où les financements historiques du sport, les droits télévisuels ou les subventions publiques ne suffisent plus à financer le sport professionnel et amateur. Le sport français est extrêmement talentueux, obtient des résultats extraordinaires mais n'attirent pas forcément les investisseurs français. C'est particulièrement visible dans le football français où 66 % des clubs de Ligue 1 Uber Eats sont détenus par des investisseurs étrangers.

¹ Voir l'étude d'impact économique ex-ante des Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024 réalisée par centre de droit et d'économie du sport

DU POINT DE VUE DE



Nicolas JULIA
PDG de SORARE

Fondée en 2018, Sorare est un jeu de simulation sportive et une place de marché dans l'univers du sport qui propose des cartes de joueurs numériques sous licence officielle.

En 2021, la startup a marqué la French Tech en levant 680 millions de dollars, la plus grosse levée de fonds jamais réalisée, portant ainsi sa valorisation à 4,3 milliards de dollars. Sorare est devenue LA licorne française le mieux valorisée. Entretien avec Nicolas Julia, son cofondateur et président-directeur général.

Quels sont les principaux défis et opportunités que vous identifiez dans le secteur de la sportech aujourd'hui, et comment les entreprises peuvent-elles les aborder pour favoriser l'innovation ?

La France offre un formidable écosystème pour les entrepreneurs. Il y a quelques années, nous avions mauvaise presse, aujourd'hui, j'ai le sentiment que nous sommes accompagnés et soutenus. Cela ne veut pas dire que tout est simple, mais les structures d'accompagnement et l'engagement des services de l'État, notamment, nous permettent de faire naître des pépites. La mentalité aussi a changé sur la question de l'entrepreneuriat.

Sur le rapport au sport, les Français se différencient par exemple des Américains, pour qui les athlètes sont élevés au rang de "star". En France, le sport est moins valorisé dans sa pratique. Mais les choses changent. Et je remarque que les fans sont toujours plus nombreux et plus engagés.

L'organisation des Jeux olympiques et paralympiques à Paris, la Coupe du monde de rugby avant eux, sont autant d'accélérateurs de cette transformation, des tremplins pour permettre aux entreprises de la sportech de se développer et d'accroître leur notoriété en France comme à l'international.

La sportech pèse aujourd'hui 500 millions d'euros en France. Le potentiel de croissance du chiffre d'affaires est immense et Sorare souhaite pleinement y participer.

Sorare a connu une croissance rapide et est devenue une licorne. Quels sont les prochains objectifs de Sorare pour maintenir cette trajectoire ascendante ?

Notre ambition reste inchangée : devenir le leader mondial du divertissement sportif et, pour cela, continuer à fidéliser et à faire croître notre communauté d'utilisateurs. Notre enjeu aujourd'hui, c'est aussi de renforcer l'adoption de notre produit par le grand public en simplifiant son usage et en développant davantage sa version mobile. C'est ce que nous faisons notamment avec notre offre Rivals et les Private Leagues qui permettent de défier ses amis en direct lors de matchs et d'avoir une expérience très immédiate, nomade et immersive.

Notre produit doit évoluer pour toujours mieux répondre aux attentes des fans de sport et leurs changements d'usage.

À l'heure où je vous parle, l'Euro de foot a lieu en Allemagne, c'est un moment important de communion pour tous les fans de foot et notre mission chez Sorare, c'est de leur offrir une expérience décuplée, notamment en leur permettant de remporter une rencontre avec Zinedine Zidane... rien que ça !

Donner accès à des expériences uniques avec les plus grands sportifs, permettre aux fans de vivre leur passion à fond au quotidien où qu'ils soient et créer du lien entre eux, dans la "vraie vie", sont autant d'axes de travail sur lesquels nous œuvrons au quotidien.

Comment voyez-vous l'évolution de l'économie numérique dans le secteur du sport ?

Le numérique transforme notre rapport au monde, et le sport occupe une place croissante dans nos vies. Concrètement, la technologie transforme le secteur du sport dans toutes ses composantes : de l'entraînement des sportifs au décryptage de leur performance en passant par la promotion du sport comme un outil de santé publique.

Grâce à cela, le sport devient un espace d'expression infini pour les entrepreneurs et les passionnés. Le champ des

possibles est immense et nous avons, en France, un terreau très propice au développement de pépites sportech.

Sorare utilise la technologie blockchain, souvent critiquée pour sa consommation énergétique. Quelles mesures prenez-vous pour minimiser votre empreinte écologique et assurer une pratique responsable ?

Nous avons recours à la blockchain Ethereum pour l'émission de nos cartes digitales à l'effigie des joueurs qui prennent la forme de NFT (*non fungible tokens*). En 2022, pour valider les transactions sur la blockchain Ethereum, le protocole est passé d'un mécanisme de preuve de travail (*proof of work*), très énergivore, car reposant sur la puissance de calcul du réseau informatique, à un mécanisme de preuve d'enjeu (*proof of stake*), dont l'impact écologique est quasi-nul. Cette migration vers ETH 2.0 a permis de réduire considérablement notre impact écologique.

Nous avons également recours à des solutions de type "layer 2". Cette couche additionnelle qui vient s'appliquer sur la blockchain existante ("layer 1") permet de remédier aux problématiques rencontrées par le protocole, notamment restreindre son empreinte environnementale en limitant les coûts de transaction et les délais de validation.

En tant que pionnier des NFT dans le sport, comment pensez-vous contribuer à l'engagement des supporters et à la monétisation pour les clubs dans les années à venir ?

Nous assistons aujourd'hui à un changement de paradigme dans l'expérience du fan. Les usages dans la manière de consommer du contenu sportif continuent d'être bouleversés par l'introduction du smartphone, des réseaux sociaux et du streaming. Être fan ne se résume donc plus seulement à aller au stade ou à regarder la télévision. L'expérience de fan évolue à la vitesse de l'éclair et s'épanouit désormais dans de nouveaux espaces et de nouvelles communautés en dehors du terrain.

Sorare a la capacité de renforcer ce lien entre les athlètes et les fans, mais aussi de créer des ponts entre les sports et entre les cultures. Sorare permet de rassembler et de se rassembler, de créer une nouvelle expérience pour vivre le sport.

L'un des facteurs de succès à long terme est de construire une relation de confiance avec nos partenaires, c'est-à-dire les clubs, les ligues et les athlètes. Notre objectif est de créer de la valeur pour nous et pour nos partenaires en développant un nouveau segment de marché dans un contexte où les clubs et les ligues cherchent à diversifier leurs sources de revenus.



LA CHRONIQUE DES EXPERTS



Mustafa CURLU

Directeur Digital, Sport et International, **BPIFRANCE**

Le sport, chez Bpifrance, est une histoire de toujours. Lancée à l'origine pour accompagner uniquement les clubs sportifs, la communauté Les Meneurs rassemble désormais tout un écosystème lié au monde économique du sport qui la compose. Les Meneurs reposent sur deux piliers fondamentaux : le soutien aux clubs sportifs et le développement de l'économie du sport.

Depuis 10 ans, avec la communauté Les Meneurs, nous adressons le local en soutenant les clubs sportifs, véritables lieux de vie et de rencontres pour les écosystèmes économiques, notamment les PME et les ETI. Nous nous appuyons sur les directions régionales de Bpifrance pour animer et renforcer les relations avec les clubs. À travers l'animation de leurs clubs business, nous essayons de

créer des passerelles entre nos communautés et les leurs. Aujourd'hui, un club est une entreprise qui doit générer un chiffre d'affaires. Le sport business est en pleine croissance, c'est donc naturellement que Bpifrance a opéré son virage vers l'économie du sport, tout d'abord, en structurant son offre axée sur l'innovation alliant tech et sport. De plus, le lancement de l'Accélérateur Sportech et la nomination d'une référente Sportech à la direction de l'Innovation, pour orienter les entreprises de la filière ont permis une meilleure connaissance de ses besoins. Grâce à cela, nous avons constaté que le marché proposait beaucoup de verticales et qu'il y avait un manque de communication entre elles. Bpifrance a pour rôle de décloisonner les écosystèmes, comme cela a été fait pour La French Touch, pour déployer le potentiel et apporter de la lisibilité au marché, notamment aux investisseurs dont l'intérêt pour le sport business est de plus en plus marqué.

Ainsi, nous avons lancé, avec EY et HEC, Sport Définition. L'ambition était de proposer une définition claire et commune de l'économie du sport, de valoriser les savoir-faire et les forces des acteurs français du sport business. Ce projet a eu lieu en deux temps. Premièrement, nous avons rassemblé 150 décideurs de l'économie du sport pour définir et éclairer le marché sur 12 thématiques différentes. Cette réflexion a permis de poser le constat et de fixer la trajectoire du sport business dans les années à venir. Puis vint le temps du rassemblement. Le 5 juin dernier, nous avons rassemblé 1 500 personnes à l'Adidas Arena. Cela a été l'occasion de partager les résultats des travaux menés en amont. Nous avons également proposé des ateliers et des prises de parole avec des intervenants, notamment américains, par exemple de la National Football League (NFL) ou anciens de la National Basketball Association (NBA), qui sont venus présenter leurs ambitions pour la France et leurs stratégies d'expansion.

Notre ambition est de faire émerger des champions du sport business français et se positionner sur les marchés internationaux, notamment aux États-Unis, en vue des JO de Los Angeles, tout en conservant notre spécificité nationale qui fait du sport un vecteur de cohésion et d'intégration sociale.



LISA BOST

Responsable sectorielle Numérique et référente Sportech, direction de l'Innovation, **BPIFRANCE**

Avec un taux de croissance de son chiffre d'affaires de 52 % entre 2021 et 2022, la sportech française connaît un essor très significatif dans un contexte riche en opportunités. Tout d'abord, l'organisation de grands événements sportifs internationaux, comme les Jeux olympiques et paralympiques Paris 2024 ou encore la Coupe du monde de Rugby en 2023, a favorisé l'émergence de projets dans le domaine du sport, offrant un terrain de jeu exceptionnel, mêlant innovation et événementiel, dans le respect et l'exigence d'enjeux de durabilité, d'accessibilité, d'interactivité et de sécurité, notamment.

Dans ce contexte porteur, le ministère des Sports a marqué sa volonté de soutenir la filière sportech et d'en faire un des fleurons français de l'innovation. Deux événements structurants, organisés en novembre et en mars dernier, ont donné naissance à un plan d'actions ambitieux pour dynamiser et consolider l'écosystème. En 2024, l'activité physique et sportive a été déclarée Grande Cause Nationale, notamment pour valoriser la place du sport en France et inciter les Français à faire davantage d'activité physique et sportive. Ces objectifs

pourront être soutenus par de nombreux projets innovants, par exemple facilitant l'accès aux infrastructures, guidant les utilisateurs dans leur pratique, favorisant l'activité physique en entreprise.

Engagé pour le sport depuis sa création et conscient du potentiel économique du secteur, encore peu exploité, Bpifrance intensifie ses actions et se structure pour adresser ce marché en pleine expansion.

Depuis 2010, Bpifrance a financé plus de 1 000 projets innovants dans le sport pour 126 millions d'euros, dont 100 millions opérés dans le Réseau. Les financements sont en majorité délivrés à de jeunes entreprises, sur des phases d'innovation plutôt en amont (faisabilité et premières itérations). Néanmoins sur le terrain, force est de constater qu'encore une proportion non négligeable d'entreprises sportech, souvent très jeunes, peut rencontrer des difficultés à accéder aux différents dispositifs, par méconnaissance du continuum d'offres proposé par Bpifrance. Pour remédier à ce constat et afin de les aiguiller au mieux, Bpifrance a nommé une référente sportech à la direction de l'Innovation. Point d'entrée au siège, j'ai pour mission d'analyser les besoins des entreprises et leur éligibilité aux dispositifs nationaux et de rediriger vers le Réseau pour les dispositifs opérés en région.

Par ailleurs, en octobre 2024, l'Accélérateur Sportech, doté par le ministère des Sports de 1,5 million d'euros sur trois ans, sera lancé pour accompagner les startups et les PME du secteur grâce à un programme individuel et collectif adapté et innovant.

Enfin, Les Meneurs, la communauté qui rassemble 32 clubs sportifs, continuent d'impulser la dynamique pour structurer l'économie du sport et stimuler le développement des clubs, véritables entreprises en région.

Bpifrance montre son engagement fort pour soutenir l'émergence de champions français et faire de la France une nation sportech innovante.



OSCAR CHAMBRE

Analyste Large Cap, direction du capital développement,
BPIFRANCE

L'investissement dans le domaine du sport a longtemps été considéré comme un secteur de niche, de passion mais également risqué d'un point de vue financier et réputationnel. Néanmoins, les récentes initiatives prises par des fonds, principalement anglo-saxons, ont suscité l'intérêt des fonds français pour ce sujet. Dans le contexte actuel de l'investissement moderne, qui vise à répondre aux besoins du marché tout en ayant un impact positif, le sport se révèle propice à la création d'externalités positives.

Ce secteur en pleine expansion attire une demande croissante tant en volume qu'en valeur. Aujourd'hui, c'est 65 % des Français qui pratiquent au moins un sport en y consacrant 3h30 par semaine. Le budget alloué à la pratique sportive progresse également rapidement, en particulier chez les jeunes : les personnes de moins de 35 ans dépensent en moyenne 360 euros par an, contre 220 euros il y a 6 ans.

Cependant, malgré toutes ces évolutions, la pratique sportive est souvent perçue comme trop onéreuse 62 % des ménages et un tiers des Français a déjà renoncé à la pratique sportive par manque de moyens.

Bpifrance a aujourd'hui pour mission d'accompagner cette transformation par le biais de l'investissement et du financement. En soutenant les PME et les ETI, qui se heurtent souvent à un plafond de verre en termes de croissance et de développement, nous pouvons stimuler l'offre, proposer davantage de solutions et rendre le sport accessible au plus grand nombre.

Dans un secteur encore jeune, représentant tout de même 2,6 % du PIB français et générant un chiffre d'affaires annuel de 75 milliards d'euros, les entreprises sportives émergent comme une nouvelle classe d'actifs à part entière. Ces sociétés ne sont donc pas encore toutes matures. Le financement ou l'investissement d'une structure comme la nôtre ne suffisent pas : elles ont également besoin de conseils et d'accompagnement pour professionnaliser leur activité et développer un modèle fondé sur la rentabilité et la compétitivité économique. Le sport doit à présent ne plus être perçu comme seulement un loisir, mais également comme un véritable business.

Bpifrance doit se positionner comme un acteur clé de l'investissement dans le secteur du sport, capable de répondre aux besoins du marché. Les entreprises opérant dans ce domaine s'inscrivent également pleinement dans notre thèse d'investissement :

- Marché dynamique (croissance attendue d'environ 6,6 % entre 2023 et 2030) et résilient (crise du Covid-19) ;
- Fort potentiel de consolidation (90 % des entreprises du secteur sont des PME) permettant de transformer de petits acteurs en géants français ;
- Développement à l'international et industrie tournée vers l'export ;
- Réindustrialisation de la capacité de production sur notre territoire ;
- Intérêt général (notamment en matière de santé, de bien-être et d'inclusion).

Le paysage de l'investissement sportif en France ne compte actuellement aucun fonds pure player de grande envergure. Toutefois, pour susciter l'intérêt des investisseurs, il est essentiel de mettre en avant des *success stories*, des exemples concrets de réussite d'entreprises ayant généré des plus-values pour les fonds. Nous pouvons nous positionner comme cet exemple, démontrant la viabilité et le potentiel du secteur. En incarnant cette réussite, nous encourageons d'autres investisseurs à se lancer dans cette aventure sportive.



FAIRE ÉMERGER DES CHAMPIONS DU SPORT BUSINESS FRANÇAIS

CE QU'IL FAUT RETENIR

L'ÉCONOMIE DU SPORT UN TERRAIN DE JEU EN ÉVOLUTION

En France, l'économie du sport représente 2,6 % du Produit Intérieur Brut (PIB), soit 71 milliards d'euros de chiffres d'affaires chaque année et 32,4 milliards de consommation directe des ménages. Ce secteur désigne l'ensemble des activités économiques liées à l'industrie du sport du pays : événements sportifs, clubs et médias liés au secteur, merchandising et équipementiers, tourisme et infrastructures sportives ... À l'aube des Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024, tour d'horizon d'un secteur en pleine évolution.

PANORAMA DU SECTEUR DU SPORT

Le secteur du sport représente 128 000 entreprises et 450 000 emplois. Le secteur s'est rassemblé depuis 2016 dans la filière sport qui rassemble près de 600 acteurs, membres, entreprises et acteurs publics. Son objectif : encourager les stratégies de partenariats entre les acteurs du secteur du sport, qu'ils soient publics ou privés. Cette filière, pilotée par les ministères de l'Économie, du Sport et des Affaires étrangères s'est fixée cinq axes pour la période 2024-2026 : développer une pratique durable, consolider les modèles économiques du sport, internationaliser, former, innover et accompagner la sportech et l'e-sport.

Le secteur du sport s'appuie aujourd'hui majoritairement sur des infrastructures publiques. Ainsi, sur 318 000 équipements sportifs en France, 81 % sont détenus par les collectivités territoriales. Le poids du secteur est donc sous-estimé dans le PIB du fait de la force du secteur non-marchand, mais aussi en raison des externalités positives dégagées par la pratique sportive (santé publique, cohésion, bénévolat dans des associations, etc.).

Le secteur du sport a su se montrer résilient. Alors que 77 % des entreprises de sport ont enregistré une baisse de leur chiffre d'affaires en 2020 durant la crise sanitaire et qu'une entreprise du secteur sur quatre avait déclaré une perte d'activité supérieure à 50 %, le secteur a su se relever. Le nombre de création d'entreprises reste élevé avec 10 000 à 15 000 créations par an tandis que 40 % des entreprises avaient déjà amorcé des processus de diversification en 2020. Enfin, l'engouement pour les Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024 (89 % des entreprises considérant que leur organisation est une bonne chose) laisse présager le démarrage d'un nouveau cycle vertueux pour le secteur du sport alors que la France se place aujourd'hui dans les premiers rangs en matière d'accueil des grands événements sportifs internationaux.

Le secteur du sport fait par ailleurs face à plusieurs autres défis comme sa transition énergétique, le vieillissement d'une partie des infrastructures sportives, l'impact de l'inflation et la transformation des besoins notamment depuis la crise sanitaire (fragilité de la pratique associative par exemple). À ce titre, les Jeux olympiques et paralympiques jouent un rôle important pour revitaliser ces structures, avec l'objectif ambitieux fixé en 2018 d'augmenter de 3 millions le nombre de pratiquants sportifs réguliers.

UN SECTEUR EN MUTATION

Le secteur du sport est un secteur fragmenté. Dans cet écosystème, le commerce pèse ainsi pour 49 % des ventes pour environ 20 % des entreprises tandis que ce qui relève de la pratique sportive en tant que telle représente 60 % des entreprises mais ne porte que 11 % de l'activité économique. Troisième catégorie, la production de biens, pèse pour 10 % des entreprises et 22 % de l'activité économique.

Son tissu économique évolue. Si le nombre d'entreprises qu'il rassemble augmente (+ 16 000 entreprises entre 2019 et 2023), la raréfaction des Très Petites Entreprises (TPE) au profit des auto-entrepreneurs est un défi pour l'avenir. Sans les TPE, les perspectives de passage en PME et de croissance du secteur se raréfient.

La tendance du secteur est à la concentration économique et dispose d'une capacité de croissance. Ainsi, les plus petites structures qui représentent la large majorité des entreprises (101 000 sur 128 000) sont avant tout des structures sans salariés, notamment de coaching et d'enseignement. À l'autre bout du spectre, 3 500 petites et moyennes entreprises (PME), entreprises de taille inter-

médiaire (ETI) et grandes entreprises (GE) réalisent 51 des 71 milliards d'euros du chiffre d'affaires du secteur. Dans cet ensemble, les paris sportifs représentent une part importante avec 13 milliards d'euros de chiffre d'affaires portée par les mises des joueurs. Le secteur bénéficie par ailleurs d'une dynamique mondiale (entre 2023 et 2030, celui-ci devrait croître d'environ 6,6 %) et d'atouts pour se différencier comme La French Tech, La French Touch et les engagements RSE plus aboutis que chez les acteurs anglo-saxons. Aussi, le secteur s'est fixé plusieurs objectifs à horizon 2028 : atteindre 500 000 emplois, 100 milliards de chiffre d'affaires et multiplication par trois des levées de fonds pour les startups.

LE CONTEXTE SPÉCIFIQUE DES JEUX

Le secteur du sport est aujourd'hui largement influencé par l'organisation de l'événement international inédit que représente les Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024. Selon le Centre de droit et d'économie du sport (CDES), l'événement devrait occasionner des retombées économiques comprises entre 6,7 et 11 milliards d'euros. L'impact économique couvre la période 2018-2034 se découpe entre trois secteurs : le tourisme (30 %), la construction (28 %) et l'organisation des Jeux (42 %) tandis que le secteur du sport en bénéficie de manière transversale.

128 000
ENTREPRISES
450 000
EMPLOIS

10 000 à 15 000 créations
d'entreprises chaque année.

2,6%
DU PIB

soit 71 MDE de CA

5 AXES
2024-2026

Développer une pratique durable
Consolider les modèles économiques du sport
Internationaliser
Former
Innover et accompagner la sportech et le-sport

6,7 à 11
MDE

de retombées économiques
sur la période 2018-2034
suite aux JOP 2024

Sources

groupebpce.com ; cdes.fr ; olympics.com ; sports.gouv.fr ; lemonde.fr



Paris, le 18 novembre 2025

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

AMBITION BLEUE 2025-2032, la nouvelle stratégie de l'Agence nationale du Sport pour faire briller le sport français

Marina Ferrari, Ministre des Sports, de la Jeunesse et de la Vie associative, Marie-Amélie Le Fur, Présidente de l'Agence nationale du Sport (ANS), et Yann Cucherat, Manager Général de la Haute Performance, ont présenté ce mardi à Roland-Garros, la stratégie de performance du sport français « **Ambition Bleue 2025-2032** ».

Objectif : prolonger le succès sportif de Paris et préparer les médaillés de demain.

Toutes les familles du sport français étaient réunies aujourd'hui au stade Roland-Garros pour la présentation de la stratégie **AMBITION BLEUE 2025-2032**. Présentée par **Marina Ferrari**, Ministre des Sports, de la Jeunesse et de la Vie associative, **Marie-Amélie Le Fur**, Présidente de l'ANS et du Comité Paralympique et Sportif Français, **Yann Cucherat**, Manager Général de la Haute Performance, **Amélie Oudéa-Castéra**, Présidente du Comité National Olympique et Sportif Français, et **Edgar Grospiron**, Président du Comité d'Organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques d'hiver 2030, tous ont souligné l'importance de se projeter vers les prochaines échéances olympiques et paralympiques.

Le plan 2025-2032 s'inscrit dans la continuité de la stratégie menée pour les Jeux de Paris 2024, qui a contribué à la réussite de l'Équipe de France. Avec une ambition renouvelée, et sous la conduite du Pôle Haute Performance de l'ANS, il poursuit un objectif ambitieux : installer durablement la France au plus haut niveau olympique et paralympique, avec en perspective les Jeux d'hiver 2030 dans les Alpes françaises.

Cette ambition se déclinera à travers une vision structurée autour de **quatre grandes orientations** :

1. **Poursuivre la transformation du modèle du haut niveau français**
2. **Installer notre culture de la performance en identifiant, ciblant et en accompagnant les athlètes et para-athlètes à haut potentiel**
3. **Préparer les victoires de demain en investissant dans les générations futures**
4. **Mobiliser la data et l'IA pour les mettre au service de la haute performance**

Marina Ferrari, ministre des Sports, de la Jeunesse et de la Vie associative

« Les prochains rendez-vous que sont Milan 2026, Los Angeles 2028 et les Alpes françaises 2030 ouvrent un nouveau cycle. Grâce au renouvellement de la stratégie Ambition Bleue, la France doit s'installer durablement parmi les grandes nations sportives. Après Paris, nous devons continuer à structurer la haute performance, mieux accompagner nos athlètes, renforcer la détection et soutenir les cadres. C'est une ambition partagée avec tout le mouvement sportif, le tout dans un cadre où la performance ne se construit pas au détriment du bien-être des sportifs. »

Marie-Amélie Le Fur, Présidente, Agence Nationale du Sport

« L'attribution des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 a marqué un tournant décisif. Elle a révélé la nécessité de repenser notre modèle pour soutenir davantage la Haute Performance tout en développant la pratique pour toutes et tous. L'Agence est née de cette volonté de transformation, afin de fédérer l'ensemble des acteurs autour d'un projet sportif commun et durable. Le Pôle Haute performance incarne pleinement cette démarche, alliant innovation, expertise et accompagnement de proximité, et continuera à jouer ce rôle dans le cadre d'Ambition bleue 2025-2032. C'est en consolidant cette gouvernance, en renforçant la responsabilité de chacun et en cultivant la confiance entre tous les acteurs que nous inscrirons durablement le sport français dans une dynamique d'excellence, au service de la performance, de la cohésion et du rayonnement de notre société. »

Yann Cucherat, Manager Général de la Haute Performance, Agence Nationale du Sport

« Comme je l'ai toujours affirmé : Paris 2024 n'était pas un aboutissement, mais bien un point de départ. La Haute Performance ne se décrète pas, elle se construit patiemment, avec ambition, exigence et méthode. Ambition Bleue 2025-2032 repose sur un objectif clair : inscrire durablement la France au plus haut niveau, tout en donnant aux athlètes les moyens de s'épanouir pleinement dans leur parcours de vie. Pour y parvenir, nous renforcerons les projets de performance fédéraux, développerons de nouveaux viviers de talents, soutiendrons la recherche scientifique et médicale, et accompagnerons les sportifs et leurs entraîneurs au plus près des territoires. Les défis qui nous attendent sont immenses, mais ils sont à la hauteur des enjeux que nous portons. Ensemble, faisons de cette décennie une étape fondatrice pour le sport français, où chaque victoire individuelle nourrira une fierté collective et où l'excellence française rayonnera durablement, bien au-delà des podiums.

[Téléchargez la stratégie Ambition Bleue 2025-2032](#)

CONTACT PRESSE

Ministère des Sports, de la Jeunesse et de la Vie associative

Bureau de la délégation de la communication Jeunesse et Sports

presse@jeunesse-sports.gouv.fr

01 55 55 98 25 – 06 77 37 44 37

Un collégien sur cinq ne fait pas de sport régulièrement pendant ses loisirs

À 13 ou 14 ans, près d'un collégien sur cinq n'avait pas d'activité sportive régulière pendant ses loisirs en 2019. Plus souvent des filles, les deux tiers de ces jeunes ont des parents qui sont eux-mêmes pas ou peu sportifs. Seuls trois collégiens éloignés de la pratique sur dix affirment que le sport est un loisir qu'ils n'ont jamais aimé. La situation la plus fréquente est celle de jeunes qui perçoivent positivement le sport, mais pour qui l'isolement, la nécessité de performance et les contraintes de coût, d'éloignement ou de temps constituent autant de freins à une pratique plus régulière.

Jean-Paul Caille,
expert scientifique INJEP

En 2019, près de 18 % des élèves de 13 ou 14 ans ne faisaient pas de sport régulièrement pendant leur temps libre : 7 % n'en avaient jamais fait depuis le début de l'année scolaire en dehors des cours obligatoires et 11 % n'en avaient fait qu'occasionnellement (au plus une ou deux fois par mois). La sédentarité des adolescents étant devenue un problème majeur de santé publique, mieux connaître ces jeunes et leur rapport au sport constitue un enjeu important de politique publique : d'après l'Organisation mondiale de la santé (OMS) [1], 73 % des jeunes Français âgés de 11 à 17 ans n'atteignent pas les standards d'activité physique recommandés¹ et la France se

classe 119^e sur 146 pour le niveau d'activité physique de cette tranche d'âge.

Qui sont ces collégiens et collégiennes peu ou pas sportifs ? Quel est leur rapport au sport ? Comment le perçoivent-ils ? Pour y répondre, cette étude mobilise les informations recueillies dans *l'Enquête sur les activités des jeunes en dehors du collège*, réalisée par l'INJEP et la direction de l'évaluation, de la prospective et de la performance (DEPP) en 2019 sur un échantillon de 12 000 collégiens [encadré « Source », p. 2].

Les collégiens rétifs au sport sont d'abord des filles et des jeunes de milieu populaire

L'absence de pratique sportive régulière pendant les loisirs est plus fréquente chez les filles : 22 % d'entre elles contre 14 % des garçons sont, à 13 ou 14 ans, peu ou pas sportives [tableau 1, en ligne] et elles constituent à elles seules 61 % des collégiens éloignés du sport. C'est aussi un phénomène très inégal socialement : respectivement 21 % et 27 % des enfants d'ouvriers et d'inactifs sont peu ou pas sportifs contre seulement 10 % des enfants de cadres et de chefs d'entreprise. Le sport est en effet l'une des pratiques culturelles les plus dépendantes de la transmission familiale [2] : 26 % des jeunes n'ont pas d'activité sportive régulière pendant leurs loisirs quand leurs parents ne pratiquent

source

L'Enquête sur les activités des jeunes en dehors du collège

L'Enquête sur les activités des jeunes en dehors du collège a été réalisée par l'INJEP et la DEPP d'avril à août 2019, auprès de collégiens de 13 à 14 ans, pour la plupart en classe de 4^e, sur leurs activités dans quatre domaines : le sport, l'engagement associatif, les vacances et le travail scolaire à la maison. 13 179 des collégiens ont répondu à cette enquête du dispositif DEPP, soit 90,1% du panel d'élèves recruté au cours préparatoire en 2011. Seuls les élèves dont les parents avaient répondu à l'enquête Famille de 2012 ont été retenus, soit 12 258 élèves. Une pondération a été calculée pour assurer qu'ils soient représentatifs de l'ensemble des élèves entrés au cours préparatoire en septembre 2011.

Pour mieux comprendre le rapport au sport des collégiens peu ou pas sportifs, une méthode de classification a été utilisée sur trois aspects : ce qui déplaît dans le sport, ce que permet le sport et l'intérêt pour le sport en tant qu'expérience culturelle. Cette méthode aboutit à une répartition en six classes construites pour être aussi homogènes que possible et distinctes les unes des autres.

figure 1

Perception de ce qui déplaît dans le sport



Lecture : 56% des collégiens peu ou pas sportifs et 41% de ceux qui font régulièrement du sport sont tout à fait ou assez d'accord pour déclarer que le sport n'est pas un loisir qu'il est agréable de pratiquer seul.

Champ : France métropolitaine, collégiens âgés de 13 ou 14 ans entrés pour la première fois au cours préparatoire en septembre 2011.

Source : MENJ, INJEP-DEPP, Enquête sur les activités des jeunes en dehors du collège (2019), panel d'élèves recruté en 2011.

jamais, contre seulement respectivement 9% et 11% quand la mère ou le père font du sport plusieurs fois par semaine [tableau 1, en ligne]. L'intérêt des parents pour le sport joue également : plus ils assistent à des manifestations sportives et plus leur enfant fait du sport régulièrement. Or, les milieux sociaux les plus favorisés consacrent davantage de temps au sport pendant leurs loisirs [3, 4]. De plus, l'absence de pratique sportive régulière est très liée à la manière dont les collégiens passent leurs vacances d'été – période propice

au sport, elle aussi, liée au milieu social et au niveau de ressources de la famille. En effet, la part de collégiens peu ou pas sportifs diminue à mesure que la durée des départs lors des vacances d'été s'accroît et lorsque le jeune est parti en colonie de vacances.

Et de fait, à caractéristiques comparables, l'importance du rapport au sport des parents, les modalités de départ en vacances et le fait d'être une fille, sont fortement corrélés avec la probabilité d'être peu ou pas sportif, alors qu'aucun lien significatif ne ressort avec le milieu

social ni le niveau de diplôme des parents [tableau 1 en ligne, colonne « écarts nets »]. Malgré les disparités territoriales d'équipements sportifs, aucune différence significative n'apparaît selon la taille de la commune de résidence. Enfin, toujours à caractéristiques comparables, seuls les jeunes présentant le niveau en français et en mathématiques le plus élevé ont une probabilité moins forte d'être peu ou pas sportifs alors que la situation contraire s'observe parmi les élèves parvenus en 3^e en avance. Pourtant, le temps dédié au sport ne semble pas entrer en concurrence avec celui consacré à la scolarité, le risque d'être peu ou pas sportif se réduisant à mesure que le temps passé à faire les devoirs s'allonge.

Isolement et nécessité d'être performant, premiers obstacles à la pratique sportive

Interrogés sur les choses qui leur déplaisent dans le sport, les collégiens peu ou pas sportifs évoquent plusieurs causes (en moyenne trois items sur les neuf proposés) : 56% d'entre eux citent le fait que le sport est un loisir qu'il n'est pas agréable de pratiquer seul, motif qui se détache nettement, comme si le manque de partenaire pour pratiquer était souvent sous-jacent à l'absence d'activité sportive régulière [figure 1, ci-contre]. Par ailleurs, la nécessité d'être performant et d'aimer la compétition pour prendre du plaisir au sport est un autre aspect qui déplaît à près de la moitié d'entre eux (45%).

Les différentes contraintes (éloignement des installations sportives, coût et manque de temps) qui peuvent entraver la pratique sportive sont chacune évoquées par près d'un tiers des collégiens peu ou pas sportifs. Toutefois, leur rôle ne doit pas être sous-estimé puisque 60% en évoquent au moins une alors que ce n'est le cas que d'un quart des pratiquants réguliers.

Plus fréquente chez les filles et les jeunes dont aucun des parents ne fait de sport, une absence totale de goût pour le sport reste minoritaire : seulement 29% de collégiens éloignés de la pratique régulière indiquent que le sport est un loisir qu'ils n'ont jamais aimé. C'est néanmoins un sentiment qui distingue nettement les jeunes ne

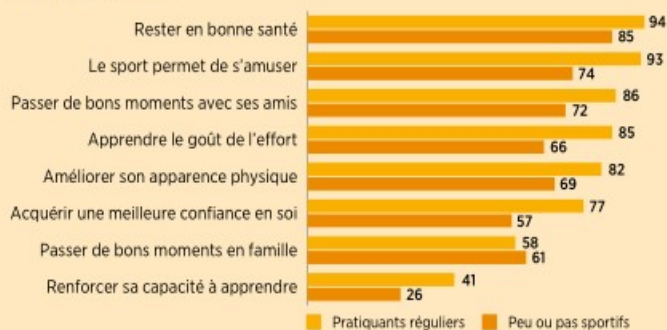
faisant jamais de sport des pratiquants occasionnels : plus du tiers des premiers, mais seulement le quart des seconds souscrivent à une telle opinion. Par ailleurs, les cours d'éducation physique et sportive (EPS) ne semblent pas toujours en mesure de rapprocher les jeunes de la pratique sportive : 39% des collégiens pas ou peu sportifs pensent qu'ils n'incitent pas à faire du sport en dehors des heures de classe. Enfin, si la réticence à exposer son corps concerne 31% d'entre eux, seulement un collégien peu ou pas sportifs sur cinq craint le risque de blessure ou de violence.

Une vision majoritairement positive du sport

La majorité des adolescents éloignés de la pratique sportive perçoivent positivement le sport, même si celui-ci reste pour eux un loisir moins valorisé qu'aux yeux des pratiquants réguliers. En effet, 85% des collégiens peu ou pas sportifs (contre 94% des pratiquants réguliers) estiment que le sport permet de rester en bonne santé et plus des deux tiers d'entre eux se positionnent positivement sur les items mesurant la dimension ludique du sport et ses effets sur l'apparence physique [figure 2, ci-contre]. Toutefois, ces adolescents éloignés de la pratique sportive sont moins nombreux que les pratiquants réguliers à croire à la dimension ludique du sport et à ses effets positifs sur les aptitudes mentales et psychologiques. Ainsi, 86% de ces derniers pensent que le sport permet de passer de bons moments avec ses amis et 77% d'acquérir une meilleure confiance en soi contre seulement 72% et 57% des collégiens peu ou pas sportifs. Par ailleurs, une part relativement importante de collégiens peu ou pas sportifs s'intéresse au sport en tant qu'expérience culturelle [4] : la moitié d'entre eux suit l'activité sportive et près de 40% soutiennent une équipe ou un sportif [tableau 2, en ligne]. En revanche, seulement 18% d'entre eux ont assisté à une manifestation sportive payante. Au total, près des deux tiers des collégiens éloignés de la pratique sportive ont fait au moins l'une de ces trois expériences. Selon la manière dont les collégiens peu ou pas sportifs intègrent ces aspects, six rapports différents au sport peuvent être mis en évidence

Figure 2

Perception de ce que permet le sport selon que le collégien pratique régulièrement ou est peu ou pas sportif



Lecture : 94% des collégiens faisant régulièrement du sport et 85% des collégiens peu ou pas sportifs sont tout à fait ou assez d'accord pour considérer que le sport permet de rester en bonne santé.

Champ : France métropolitaine, collégiens âgés de 13 ou 14 ans entrés pour la première fois au cours préparatoire en septembre 2011.

Source : MENJ, INJEP-DEPR. Enquête sur les activités des jeunes en dehors du collège (2019), panel d'élèves recruté en 2011.

[encadré « Source », p. 2], allant des plus proches aux plus éloignés de l'envie de pratiquer.

Les « Empêchés » (22%)

Ces jeunes croient fortement à l'utilité du sport, notamment à ses effets positifs sur les aptitudes mentales et psychologiques : 91% d'entre eux pensent que le sport permet d'apprendre le goût de l'effort et 89% d'acquérir une meilleure confiance en soi [tableau 3, en ligne]. Parallèlement, ils s'intéressent beaucoup au sport : 80% d'entre eux suivent l'actualité sportive et 71% soutiennent une équipe ou un sportif [tableau 2, en ligne]. En phase avec de telles attitudes, seulement 11% déclarent que le sport est un loisir qu'ils n'ont jamais aimé et ils comptent parmi les jeunes qui trouvent le moins de choses déplorables dans le sport [tableau 4, en ligne]. Ils ne font néanmoins pas de sport régulièrement, ce qui pourrait s'expliquer par des contraintes de coût, d'éloignement ou de temps – 58% en évoquent au moins une. D'un profil sociodémographique comparable à celui des autres collégiens peu ou pas sportifs, ces jeunes s'en distinguent par un climat familial plus favorable au sport : leurs parents se rendent plus fréquemment à des manifestations sportives (40%) et

font majoritairement du sport (57%) [tableau 5, en ligne].

Les « Isolés » (14%)

Convaincus que le sport permet de s'amuser (86%), de passer de bons moments avec ses amis (89%) ou sa famille (71%), 80% des élèves de cette classe regrettent néanmoins que le sport soit un loisir qu'il n'est pas agréable de pratiquer seul. C'est d'ailleurs la seule dimension déplaisante du sport qui recueille un assentiment marqué. Par ailleurs, ces jeunes manifestent un intérêt très net pour le sport : 84% suivent l'actualité sportive et les deux tiers soutiennent une équipe ou un sportif. Les enfants uniques, les jeunes de bon niveau scolaire et ceux dont les parents sont diplômés de l'enseignement supérieur sont surreprésentés parmi les élèves de cette classe. Ce groupe est aussi celui qui comporte le plus d'élèves faisant du sport occasionnellement (74%).

Les « Convaincus non intéressés » (11%)

Ces élèves se distinguent par une vision particulièrement positive du sport : 96% d'entre eux pensent que faire du sport contribue à une meilleure apparence

physique et 82 % à acquérir une meilleure confiance en soi. Le fait que le sport permette de s'amuser et de se détendre avec ses proches est intégré par la quasi-totalité d'entre eux au point qu'ils sont nettement plus nombreux que les pratiquants réguliers à penser que le sport permet de passer de bons moments en famille (93 % contre 58 %). Parallèlement, ces jeunes comptent aussi parmi ceux qui trouvent le moins de choses déplaisantes dans le sport, mis à part le fait que c'est un loisir qu'il n'est pas agréable de pratiquer seul (59 %). Si seulement 5 % d'entre eux déclarent que le sport est un loisir qu'ils n'ont jamais aimé, ils s'y intéressent néanmoins très peu : seulement le tiers d'entre eux suit l'actualité sportive et 5 % soutiennent un sportif ou une équipe. Ce n'est donc pas seulement le manque de partenaire pour pratiquer qui peut expliquer leur faible niveau de pratique, mais aussi un manque d'intérêt. Les enfants de cadres (19 %) et ceux dont les parents sont diplômés de l'enseignement supérieur (43 %) sont surreprésentés parmi les élèves de cette classe. C'est aussi le groupe où les parents ont été les plus nombreux (73 %) à faire du sport avec l'enfant quand il était au cours préparatoire.

Les « Partagés » (29 %)

L'attitude la plus fréquente est celle de jeunes pour qui le sport est une activité certes agréable et utile mais avec trop de côtés déplaisants. Si 91 % d'entre eux pensent que le sport permet de passer de bons moments avec ses amis et 80 %

d'améliorer son apparence physique ou d'apprendre le goût de l'effort, ils regrettent le poids des contraintes de temps, de coût ou d'éloignement (84 % d'entre eux évoquent l'une d'entre elles), le fait que le sport ne soit pas agréable à pratiquer seul (77 %) et qu'il faille être performant pour y prendre du plaisir (68 %). Leur rapport au sport apparaît d'autant plus partagé que 41 % d'entre eux déclarent que c'est un loisir qu'ils n'ont jamais aimé, et ils sont d'ailleurs relativement peu nombreux à suivre l'actualité sportive ou à soutenir une équipe. Ce manque d'intérêt pour le sport se retrouve chez leurs parents : 52 % ne font jamais de sport et seulement 30 % se sont déplacés pour voir une manifestation sportive. Avec 61 % de filles et 56 % d'enfants d'employés ou d'ouvriers, le profil sociodémographique des jeunes de cette classe est très proche de celui de l'ensemble des collégiens peu ou pas sportifs.

Les « Non-motivés » (14 %)

Ces élèves ont d'autant moins tendance à pratiquer qu'ils ne croient guère à l'utilité et à l'agrément du sport auquel ils s'intéressent par ailleurs fort peu : seulement le tiers d'entre eux suit l'actualité sportive et le quart soutient une équipe ou un sportif. Si 82 % d'entre eux reconnaissent que le sport permet de rester en bonne santé, ils adhèrent nettement moins aux autres items sur ce que permet le sport. Ce manque d'intérêt pour le sport et ce doute quant à ses effets bénéfiques pourraient expliquer leur faible fréquence de pratique car

peu de choses semblent leur déplaire dans le sport ; en particulier, 27 % d'entre eux ne retiennent aucun des neuf freins ou contraintes listés dans le questionnaire. Les élèves en retard scolaire ou en section d'enseignement général et professionnel adapté (SEGPA) (23 %) ainsi que ceux habitant la région parisienne sont surreprésentés parmi les jeunes de cette classe. Ce groupe est aussi l'un de ceux qui comptent le plus de jeunes ne faisant jamais de sport (47 %).

Les « Anti-sport » (10 %)

Ces élèves sont ceux qui manifestent le plus grand rejet du sport. 82 % d'entre eux déclarent que c'est un loisir qu'ils n'ont jamais aimé et 78 % que les cours d'EPS n'incitent pas à faire du sport en dehors des heures de classe. Ils sont très nombreux à regretter qu'il faille être performant et aimer la compétition pour y prendre goût (78 %), à considérer qu'il n'est pas agréable de le pratiquer seul (72 %), ou que le sport prend trop de temps en période scolaire (67 %). Si 59 % d'entre eux admettent que le sport permet de rester en bonne santé, seulement 18 % trouvent qu'il permet de s'amuser et 20 % de passer de bons moments avec ses amis ou sa famille. En phase avec ces opinions, moins du tiers d'entre eux suit l'activité sportive. Ce groupe est le plus féminin (66 %) ; il se distingue aussi des autres collégiens peu ou pas sportifs par le fait que les jeunes qui ne font jamais de sport y sont majoritaires (52 %), caractéristique que l'on retrouve chez leurs parents (54 %).



sources bibliographiques

- [1] Guthold R., Stevens G., Riley L., Bull F., « Global trends in insufficient physical activity among adolescents : a pooled analysis of 298 population-based surveys with 1.6 million participants », *The Lancet Child and Adolescent Health*, vol. 4, n° 1, 2020.
- [2] Octobre S., Jauneau Y., « Tels parents, tels enfants ? Une approche de la transmission culturelle », *Revue française de sociologie*, vol 49, n° 4, 2008.
- [3] Didier M., Lefèvre B., Raffin V., « Deux tiers des 15 ans et plus ont une activité physique ou sportive régulière en 2020 », *INSEE Références. France, portrait social*, 2022.
- [4] Zimmer C., « Au-delà de la pratique, le sport comme une expérience culturelle », *INSEE Références. France, portrait social*, 2022.



Directeur de la publication : Augustin Vicard.
Comité éditorial : Anne-Cécile Caseau,
Tana Stromboni, Thomas Venet.
Rédacteur en chef : Roch Sonnet.

Correction : Rachel Laskar.
Mise en page : Opixido.
Impression : MENJS.
ISSN 2555-1116.

Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire (INJEP) www.injep.fr

Direction de la jeunesse, de l'éducation populaire et de la vie associative (DJEPVA) – Ministère des sports, de la jeunesse et de la vie associative