



SPORT ETHIC

LES COULISSES DU FINANCEMENT D'UN CLUB

QUELLES SONT LES RESSOURCES FINANCIÈRES D'UN CLUB DE SPORT ? COMMENT PEUT-ON LES AUGMENTER ? VOILÀ DEUX QUESTIONS QUE TOUT DIRIGEANT D'UN CLUB DE SPORT, PETIT OU GRAND, AMATEUR OU PROFESSIONNEL, AFFILIÉ À UNE, PLUSIEURS OU MÊME À AUCUNE FÉDÉRATION NE PEUT MANQUER DE SE POSER ! LES RÉPONSES SONT TRIVIALES...

Beaucoup de petits clubs vivent des cotisations des adhérents, et de quelques ventes annexes (maillots, casquettes...). Les clubs ayant un peu plus d'exposition ajoutent une ligne de recettes : les entrées spectateurs, la buvette et davantage de ventes annexes. Parfois, les fédérations sportives, directement ou via les ligues régionales soutiennent des clubs. Mais finalement, la vocation sociale des sports conduit à proposer des prix bas, que ce soit pour les pratiquants ou les spectateurs et les ressources restent limitées. Prenons le cas du "FC de la Tour", petit club, fictif de football, d'un quartier, tout aussi imaginaire, de Vierzon. L'équipe phare évolue au niveau départemental, avec un certain succès. Mais si le club veut se développer, progresser dans la hiérarchie, il doit embaucher des éducateurs, organiser des déplacements plus lointains, s'inscrire dans de nouveaux tournois, renouveler et moderniser son matériel. Cela nécessite davantage de ressources et des frais inhérents.

LES SUBVENTIONS POUR SE DÉVELOPPER ?

Alors, comme souvent en France, le réflexe est de se tourner vers les collectivités. D'abord la mairie, puis la métropole - souvent en accolant le nom de la ville au nom du club -, puis le département - 2 chiffres de plus à ajouter -, voire la région. Ou comment le « FC de la Tour » devient peu à peu le « FC Vierzon de la Tour 18 ». Mais pourquoi les collectivités subventionnent un club ? Pour le rayonnement que le club lui procure ? Peut-être... C'est admissible pour les sports très médiatisés, et encore... Pour soutenir le sport santé ? L'aménagement du territoire ? Favoriser la



mixité sociale ? Bonnes questions ! En tout cas le "FC Vierzon de la Tour 18" se réjouit de bénéficier de davantage de supports que le club de rugby voisin et jalouse le club de handball à qui la mairie octroie une somme supérieure...

LE SPONSORING POUR SE PROTÉGER ?

A défaut d'être dans les rouages des critères d'attribution des subventions, et pour se prémunir d'un changement de politique locale ou d'élus locaux, le club décide de rechercher des partenaires privés. Comme il n'a pas de personnel dédié pour prospecter des sponsors potentiels, il se tourne vers les adhérents. Cas courant : la famille d'un des pratiquants dirige une PME locale et vient supporter financièrement le club. C'est ainsi que le « FC Vierzon de la Tour 18 » arbore fièrement le logo de SOKISO (Société Qui Soutient, qui distribue des armatures métalliques, dont le dirigeant-fondateur est le père du gardien de l'équipe senior, pour notre exemple) sur son maillot. Cette nou-

velle manne financière permet au club de se développer et le club gravit quelques échelons. Au "pire", ce sponsor peut prendre en charge les tenues de tout ou partie du club, ce qui minimise la colonne "dépenses".

D'UNE DÉPENDANCE À UNE AUTRE...

Aujourd'hui le club a des finances saines : il est soutenu par les collectivités locales et une société locale. Mais que se passera-t-il lorsque le gardien quittera le club pour des raisons sportives, familiales, professionnelles ou personnelles ? Est-ce que SOKISO continuera de soutenir le club ? Espérons qu'un nouveau sponsor providentiel émerge alors. Évidemment, ce n'est qu'une projection... mais elle reflète un danger qui guette de nombreux clubs : la dépendance à un sponsor (public ou privé) qu'ils ne maîtrisent pas. Ce n'est heureusement pas une fatalité. Bien sûr, la solution est de construire un réseau de partenaires, de façon à diminuer cette dépendance. Mais mieux vaut éviter qu'un sponsor

unique ne représente plus de 20% des ressources financières du club. Alors comment attirer des sponsors, déjà très largement sollicités par les clubs professionnels de la région... et par les salariés qui évoluent eux-mêmes dans des clubs ? En s'intéressant à ces entreprises et non seulement au fonctionnement de son propre club !

DÉTECTER LES INTÉRÊTS COMMUNS

Une entreprise privée, comme une collectivité publique, devrait trouver un intérêt objectif à soutenir un club. Le club se doit de mettre en avant ses actions alignées avec la politique et les valeurs de l'entreprise prospectée. En effet, aujourd'hui, toutes les sociétés déclinent un programme RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) qui favorise, entre autres, la mixité, l'inclusion et le développement durable. Ainsi, SOKISO est particulièrement sensible à la protection de l'environnement et à l'égalité hommes-femmes. Quelles sont les actions, qui permettraient au "FC Vierzon de la Tour 18" de se développer davantage, et qui seraient susceptibles d'attirer de nouveaux sponsors ? Développer le soutien scolaire des jeunes adhérents ? Intervenir dans les quartiers les plus défavorisés pour proposer des offres d'emplois en marge des matchs ? Intégrer des déficients mentaux dans les équipes régionales ? Se rapprocher d'une association qui recycle le matériel sportif ? Toutes les idées sont bonnes, pourvu qu'elles contribuent à faire avancer la société et à attirer de nouveaux sponsors. Ce schéma gagnant permet un développement sain et évite des financements éphémères basés uniquement sur l'opportunisme ! ■

Ce sujet vous intéresse ? Discutons-en !
debrief@sport-ethic.com