



FRANCE SPORT CLUB

L'EXPERTISE DU SPORT FRANÇAIS EN CHINE

« France Sport Club » est l'interlocuteur des acteurs du sport chinois qui souhaitent collaborer avec la France. Créé par les ministères des Sports, de l'Économie et des Affaires étrangères en synergie avec les entreprises et les acteurs publics du sport français, le club « France Sport Club » propose une offre réunissant toute l'expertise

française autour de trois thématiques pour lesquelles la France est reconnue sur la scène internationale. Parmi les acteurs publics qui animent ce Club sur le territoire chinois, Business France accompagne l'ensemble des entreprises du secteur qui souhaitent se développer en Chine ou mieux appréhender les opportunités de marché.



LA CHINE

ACTEUR **XXL** DU SPORT MONDIAL



INTERVIEW

ROMUALD NGUYEN

Président France Sport Club

Directeur Chine Fédération Française de Football

Quelle analyse faites-vous de l'écosystème du sport (infrastructures / formation / politique d'investissement, etc.) mis en place en Chine ?

Force est de constater qu'il est très différent du système européen. A l'instar d'autres secteurs d'activités, je dirais que l'écosystème du sport chinois est intégré dans une économie en croissance avec un haut niveau de planification. L'industrie du sport progresse rapidement portée par une ambition politique forte, une massification de la pratique sportive et développement des activités sportives dans les programmes scolaires.

Ce contexte explique pourquoi de nombreux acteurs chinois se tournent vers l'expertise étrangère pour attirer les meilleures ex-

« L'écosystème du sport chinois est intégré dans une économie en croissance avec un haut niveau de planification. »



pertises/offres en matière d'alpinisme, de football, de sports extrêmes, d'évènementiel, de formation...

Les opportunités existent, mais elles sont extrêmement complexes à saisir pour les entreprises françaises de l'industrie du sport. Elles sont rarement implantées en Chine et ne disposent pas du réseau et/ou d'une compréhension des réalités du marché. Pour accompagner les entreprises françaises, les ministères des Sports, de l'Économie et des Affaires étrangères en synergie avec les entreprises et les acteurs publics du sport français ont souhaité fédérer toute l'industrie du sport français en Chine à travers le France Sport Club.

Quelles sont les opportunités de croissance pour des clubs et des fédérations sportives françaises sur le marché chinois ?

Pour le football à proprement parler, la Chine prévoit d'établir entre 16 et 18 villes dites « de football » entre 2021 et 2025 qui devront contenir au moins deux clubs professionnels, un centre de formation de jeunes de niveau national et un ensemble de centres de formation de niveau local. 50% des étudiants dans ces villes devront pratiquer la discipline et il devra y avoir au moins un terrain de football pour 10 000 personnes. Les opportunités ne sont donc pas limitées aux clubs et fédérations sportives. L'approche économique que nous évoquons plus tôt montre que le plan de développement du football chinois peut profiter à tous les acteurs de la chaîne de valeur.

Les propositions sportives avancées pour le 14^{ème} plan quinquennal (2020-2025) visent à inclure l'éducation physique dans le concours national d'entrée d'éducation supérieure et d'en faire la « quatrième matière majeure ». Cette mesure va nécessairement impliquer d'autres sports que le football. Par exemple, pour les sports de glace et de neige, il sera question de faire bon usage des sites olympiques après 2022.

Comment la Chine arrive-t-elle à s'imposer comme un acteur majeur du sport mondial ?

Selon moi la Chine représente déjà un acteur majeur du sport mondial du fait de plusieurs facteurs. Sportivement, elle domine plusieurs disciplines et figure sur le podium du nombre de médailles olympiques depuis des décennies. Économiquement, les marques



« Les propositions sportives avancées pour le 14^{ème} plan quinquennal (2020-2025) visent à inclure l'éducation physique dans le concours national d'entrée d'éducation supérieure et d'en faire la "quatrième matière majeure". »

chinoises sponsorisent plusieurs grandes fédérations internationales et/ou grands événements sportifs internationaux. Médiatiquement, les audiences chinoises battent régulièrement tous les records. Stratégiquement, la capacité du pays à prendre part à la définition des normes du sport mondial avec une présence renforcée dans les institutions et fédérations internationales est un marqueur fort.

Malgré cette position de force, il demeure certaines disciplines sportives et certains secteurs d'activités dans lesquels nos partenaires chinois sont à la recherche d'expertises étrangères. La Chine a la puissance d'aller chercher ladite expertise à travers le monde. C'est à la communauté d'affaires franco-chinoise de s'unir et de valoriser le savoir-faire français en la matière.

Comment améliorer l'écosystème du sport en Chine ?

Ma position ne me permet pas d'émettre un avis sur l'écosystème sportif chinois. Je ne peux donc pas parler de marge de progression. Je peux uniquement

partager avec vous des expériences de membres du Club Sport qui fonctionnent en Chine. Il s'agit très souvent de collaborations transversales.

Par exemple, la collaboration entre le Club Med et Décathlon avec le projet Club Med Ski Elite. Il s'agit d'un programme de formation en ski mis en place par Club Med en collaboration avec l'école de ski française (ESF). Dans le même ordre d'idée, Décathlon a annoncé avoir signé un accord de coopération avec Alibaba Cloud, une société de cloud computing et d'intelligence artificielle du groupe Alibaba. Cet accord renforcera le développement de nouveaux sites de vente au détail de sport et accélérera la transformation numérique de Decathlon localement.

Qu'est-ce que les JO d'hiver de Pékin peuvent changer ?

Au sein du club, nous constatons que le public chinois aime découvrir de nouvelles pratiques à travers les grands événements sportifs internationaux. À la suite des JO de Tokyo, CCTV a rapporté que le nombre de jeunes appre-

« Les JO d'hiver de Pékin pourraient donc donner lieu à une démocratisation de la pratique des sports d'hiver. A titre d'exemple, nous savons déjà que la province du Hebei, qui hébergera certaines des épreuves, revendique avoir construit 202 patinoires intérieures et 109 sites de ski (record national). Cette province a aussi organisé plus de 4 300 épreuves de glace et de neige et porté le nombre de personnes pratiquant des sports de glace et de neige dans la province à plus de 22 millions. »

nant à faire du skateboard au cours de l'été 2021 était en hausse, avec une augmentation significative du nombre de formations proposées. Il y a actuellement plus de 2 000 entreprises liées au skateboard en activité dans tout le pays (contre 1 065 en 2020) et parmi elles, Hurricane, le fleuron français des infrastructures de sports extrêmes.

Les JO d'hiver de Pékin pourraient donc donner lieu à une démocratisation de la pratique des sports d'hiver. A titre d'exemple, nous savons déjà que la province du Hebei, qui hébergera certaines des épreuves, revendique avoir construit 202 patinoires intérieures et 109 sites de ski (record national). Cette province a aussi organisé plus de 4 300 épreuves de glace et de neige et porté le nombre de personnes pratiquant des sports de glace et de neige dans la province à plus de 22 millions. Sans aucun doute, les Jeux de Pékin 2022 contribueront activement à la diffusion de la pratique des sports de montagne en Chine.

Propos recueillis par P. TI



法国体育俱乐部 在中国的法国体育专业技能

如果中国体育界期待与法国合作，那么“法国体育俱乐部”将是双方开展对话的不二之选。由法国体育部、经济部和外交部会同法国体育领域的企业和公共部门携手创办的“法国体育俱乐部”汇集了法国最顶尖的

专业人才，围绕法国在世界上最为知名的三大强项领域提供服务。法国商务投资处和其它在中国境内运作该俱乐部的法国公共部门一起，为希冀在中国开拓或占领市场先机的体育企业助力。



DR

« 中国的体育生态圈已经融入到了不断增长的经济中，并具有高度的计划性。»

在多个体育项目上占绝对优势。过去的几十年里也多次登上奥运会领奖台；从商业上看，中国运动品牌赞助了多个体育项目的国际联合会和/或大型国际体育赛事；从传播角度上看，中国的体育赛事收视率经常打破世界纪录；而从战略角度上论，中国也参与制定了世界体育标准，并在各大国际体育联合会和机构中占有一席之地。这本身就是强有力的加分点。

尽管中国拥有强大实力，但是在某些体育项目和领域上，我们的中国合作伙伴仍然需要引进外国的专业知识与技能。中国是完全可以走遍世界的每个角落去获得这些技能的。因此，作为一个集体，中法企业界更应团结起来，大力推广法国在这方面的技术，使法国的实力得到关注。

中国——世界体育大国



采访

阮何穆

法国足球协会驻中国办事处首席代表
法国体育俱乐部主席

您如何看待中国目前包括基础设施、培训和投资政策在内的体育生态圈？

首先，我们要认清一点：中国的体育生态圈和欧洲的截然不同。和其他行业一样，我认为中国的体育生态圈已经融入到了不断增长的经济中，并具有高度的计划性。受政策推动，同时也得益于体育运动大众化和学校体育活动的开展，中国的体育行业发展得非常迅猛。

有了这个背景，我们就不难理解为什么多个中国体育界从业者都将目光投向了国外的专业人士，吸纳登山、足球、极限运动、赛事举办和培训方面最优秀的人才和经验。

机遇是切实存在的。但是，对于法国体育业的企业来说，获得这些机遇极为复杂。首

先，体育类的法企在华开展业务的可谓少之又少，既缺乏人脉，也没有对中国市场的真实了解。为此，法国体育部、经济部和外交部和这一领域的企业和公共部门决定，举全国体育界之力，携手创办“法国体育俱乐部”，为法国企业的蓬勃发展助力。

对于渴望发展的法国体育协会和俱乐部来说，中国市场有哪些机会？

仅仅就足球而言，中国就计划在2021年到2025年间建设16至18个“足球之城”，包含至少两个职业俱乐部，一个国家级青训中心和一套地方级训练中心。这些城市中一半的学生会接受足球训练。除此之外，每座城市还会建造至少一座万人足球场。可以看出，机遇并不止步于体育协会和俱乐部。前面提到的经济因素足以说明，中国足球的发展规划将惠及这条价值链上的所有从业者。

《“十四五”体育发展规划》将体育纳入高考，并将其上升为“第四大主科”。这一提议必将带动足球以外的体育项目的发展。例如，对于冰雪运动来说，就需要考虑2022年北京冬奥会的赛后场馆使用问题。

中国要怎样做才能成为世界体育强国？

我认为，从多种角度上看，中国现在就已经是世界体育强国了。从体育本身来说，中国

怎样改善中国的体育生态圈？

囿于职位所限，我不能给出我对中国体育生态圈的见解，因此也不能论及其改进的空间。不过，我倒可以聊聊在华运营的体育俱乐部成员的经历。他们的合作大多是跨行业的。

比如，地中海俱乐部和迪卡依合作的滑雪项目，就是由前者与法国滑雪学校ESF合作的产物。在同一个思想指导下，迪卡依宣布和阿里巴巴集团旗下人工智能和云计算公司阿里云签署合作协议，加强运动用品新零售点的开展，加速迪卡依数字化转型的本地化。

北京冬奥会将带来哪些变化？

我们的俱乐部成员发现，中国观众喜欢通过国际大型赛事来发现新的运动方式。东京奥运会结束后，中央电视台报道，2021年夏天滑板培训显著增多，学滑板的年轻人也越来越多了。如今，全国有2000多家与滑板有关的企业在运营，而2020年仅有1065家。这其中就有法国的极限运动场地修建领跑者“飓风”。

那么，北京冬奥会应该也能使冬季运动更加普及。我们知道，冬奥会的部分比赛将会在河北举办。河北已建造了202座室内滑冰场，109座滑雪场，创造了全国纪录。河北还组织了超过4300场冰雪赛事，培养了超过2200万名冰雪运动爱好者。2022年北京冬奥会定将积极带动全国山地运动的推广。

采访人：P. TI