

UNIVERSITE DE BORDEAUX
FACULTE DES STAPS

Mémoire Master 2 Gouvernance du Sport et Développement Territorial

Session 1

La mise en place d'un Plan d'Animation Territorial autour d'une compétition
Etude auprès de la Ligue Nouvelle-Aquitaine de Badminton

Responsable pédagogique :

M. André Suchet

Réalisé par :

M. Patxi Montalibet

université
de **BORDEAUX**

Année universitaire 2021/2022

Préambule

Ce mémoire a pu être réalisé grâce à un service civique effectué au sein de la ligue Nouvelle-Aquitaine de badminton. Cette structure, dans laquelle j'ai réalisé mon stage de Master 1 GSĐT m'a confié l'élaboration et la mise en place d'un plan d'animation territoriale autour d'une compétition européenne de badminton. La ligue Nouvelle-Aquitaine de badminton, aussi connue sous le sigle LNAB est présidée par M. Guillaume Guerder et dirigée par M. Yannick Meunier, il s'agit d'une association Loi 1901 affiliée à la Fédération Française de Badminton. A la suite de la crise sanitaire qui a fortement impacté la saison 2020/2021, la ligue encadre aujourd'hui la pratique de 14744 licenciés contre 17027 en 2019. Les locaux de cette association se situent au sein de la maison régionale des sports, au 2 avenue de l'université, 33400 Talence.

Le service civique dont je bénéficie, a débuté le 15 décembre et doit se terminer le 15 juillet 2022, il est donc nécessaire que je termine mes missions avant cette date pour que les actions puissent être mises en place avant ou pendant la compétition qui aura lieu du 25 au 28 août 2022. Cette compétition est de niveau européen, c'est-à-dire que des joueurs de divers pays continentaux seront présents. Ma mission consiste donc à aider la ligue à faire connaître le territoire Néo-Aquitain en tant que place importante du badminton français. Afin de mener à bien cette tâche, de nombreuses actions en partenariat avec divers organismes sont et seront organisées jusqu'au jour de la compétition. Elles prendront les formes variées de réunions explicatives pour sensibiliser les différents acteurs, de réunions d'organisation, ou encore d'actions concrètes réalisées sur le lieu de l'évènement. D'autres missions plus générales m'ont été confiées durant ce service civique, notamment des actions de communication, via la création d'un site dédié à la compétition, ou encore l'élaboration d'outils de communication, afin de démarcher les divers partenaires ou simplement pour informer les participants des modalités de la compétition.

Au-delà de mon travail qui consiste à préparer la compétition et à majorer son impact positif sur le territoire, j'ai aussi pour but d'aider la ligue à analyser ce dernier. Pour cela, il est nécessaire de préparer les différents outils d'analyse avant la fin de ma mission. Grâce à ces outils, l'équipe en charge du développement de la ligue pourra quantifier l'efficacité des différentes actions mises en place par la ligue durant cette compétition.

Remerciements

Avant de développer les propos de ce mémoire de recherche, je tenais à remercier M. Yannick Meunier, directeur de la ligue Nouvelle-Aquitaine de badminton, qui m'a proposé cette mission de service civique et m'a accompagné le long de son déroulement.

Je remercie également les salariés et bénévoles de cette structure qui m'ont aidé à mener à bien les missions réalisées jusqu'alors. Je remercie particulièrement M. Yannick Meunier, qui m'a orienté dans mon travail concernant l'organisation de la compétition.

Pour finir, je remercie tous les participants ayant répondu aux enquêtes que je leur ai soumises afin de développer les recherches de ce mémoire, ainsi que Monsieur André Suchet pour avoir été mon responsable pédagogique durant cette période.

Liste des figures et tableaux

Figures :

Figure 1 : répartition par compétences du budget primitif de la région Nouvelle-Aquitaine 2021 ----	14
Figure 2 : répartition par compétences du budget primitif du département de la Gironde 2021 -----	15
Figure 3 : répartition des investissements en 2021 de la ville de Pessac -----	16
Figure 4 : implication des intercommunalités dans les compétences facultatives relatives au sport ---	17
Figure 5 : les grandes familles d'acteurs du monde sportif -----	19
Figure 6 : résultats de l'enquête Gymlib concernant le sport en entreprise-----	23
Figure 7 : répartition des réponses à la question « Si vous pratiquez / assistez à des compétitions, que recherchez-vous durant ces dernières ? » -----	43

Tableaux :

Tableau 1 : avantages retirés par la mise en place d'animations au sein des structures de badminton-	28
Tableau 2 : avantages retirés par la mise en place d'actions de développement-----	29
Tableau 3 : cibles principales du PAT du championnat d'Europe de Lievin et du Championnat de France de Boulazac-----	31
Tableau 4 : partenariat entre les organisateurs et les grandes familles d'acteurs du monde sportif-----	34
Tableau 5 : charte des engagements éco-responsables des organisateurs d'évènement à N1-----	36
Tableau 6 : Répartition des réponses à la question « quelles animations en plus de la compétition seraient susceptibles de vous intéresser ? » (Chaque personne peut choisir plusieurs réponses).-----	43

Liste des annexes

Annexe 1 : retranscription de l'entretien avec Monsieur Komilkiw -----	55
Annexe 2 : retranscription de l'entretien avec Monsieur Cajot -----	57
Annexe 3 : retranscription de l'entretien avec Monsieur Meunier -----	59
Annexe 4 : actions de développement durable prévues par la Ligue durant l'évènement -----	62
Annexe 5 : retranscription de l'entretien avec Monsieur Lajoie -----	74
Annexe 6 : retranscription de l'entretien avec Madame Wojdaniwicz -----	75
Annexe 7 : questionnaire à destination des pratiquants concernant leurs attentes durant l'évènement-----	77
Annexe 8 : retranscription de l'entretien avec Monsieur Borella-----	78

Dictionnaire des abréviations

IBF = International Badminton Fédération

FFBaD = Fédération Française de Badminton

LNAB = Ligue Nouvelle-Aquitaine de Badminton

BE = Badminton Europe

BWF = Badminton World Federation

JO = Jeux Olympiques

CT = Collectivité Territoriale

PAT = Plan d'Animation Territorial

EPCI = Etablissement Public de Coopération Intercommunale

ANDES = Association Nationale Des Elus en charge du Sport

FFSE = Fédération Française du sport d'entreprise

ASCPA = Association Sportive et Culturelle Pessac Alouette

QPV = Quartier Prioritaire de la Ville

CDOS = Comité départemental Olympique et Sportif

CDF = Championnat de France

CTN = Conseiller Technique National

CROS = Comité Régional Olympique et Sportif

DD = Développement Durable

WWF = World Wide Fund for Nature

SNU = Service National Universel

LNAVB = Ligue Nouvelle-Aquitaine de Badminton

Sommaire

INTRODUCTION

1. LE DEVELOPPEMENT TERRITORIAL, UNE MULTITUDE D'ACTEURS A DIVERSES ECHELLES DE PLUS EN PLUS IMPACTES PAR LE SPORT.

1.1. Les différents acteurs territoriaux

1.2. Les acteurs et leur relation avec le sport

2. LE PLAN D'ANIMATION TERRITORIAL, LES OBJECTIFS D'UN CONCEPT DURABLE AUX ACTEURS VARIES

2.1. Panorama des objectifs du Plan d'Animation Territorial

2.2. La mise en place du PAT

3. DES ENJEUX ET DES FREINS A PRENDRE EN COMPTE

3.1. Les attentes des parties prenantes

3.2. Les difficultés de mise en place d'un PAT

CONCLUSION

Introduction

Aujourd'hui connu dans le monde entier sous le nom de badminton, ce sport pratiqué par un grand nombre de joueurs, est originaire d'Asie, où il serait apparu il y a plus de deux millénaires. Le badminton tel que nous le connaissons actuellement serait né en 1873 dans la ville de Badminton en Angleterre. Devant l'essor de cette discipline, des pays tels que la France, l'Angleterre, le Canada, le Danemark, les Pays-Bas, l'Irlande, la Nouvelle-Zélande, ou encore l'Ecosse et le Pays de Galles se sont unis afin de créer la Fédération Internationale de Badminton (IBF*). La Fédération Française de Badminton (FFBaD*) a quant à elle été créée en 1979, après 45 ans sous la tutelle de la fédération de Lawn-Tennis (Jean-Yves Guillain, 2002). Son rôle étant d'assurer la gestion de la pratique sur le territoire Français, elle est soutenue par les différentes ligues qui développent le badminton dans les régions ainsi que par les comités départementaux. En tant que fédération sportive agréée, la FFBaD peut « confier à ses organes nationaux, régionaux ou départementaux une partie de ses attributions conformément aux dispositions obligatoires prévues au dernier alinéa du I de l'article L. 131-8. Elle contrôle l'exécution de cette mission et a notamment accès aux documents relatifs à la gestion et à la comptabilité de ces organes. » (Code du sport, livre 1^{er}, titre III). C'est dans ce contexte que les ligues ont obtenu la gestion du badminton dans les régions, ce mémoire s'intéresse plus particulièrement à la ligue Nouvelle-Aquitaine de Badminton (LNAB*), créée en 2016 à la suite de la fusion des régions Aquitaine, Limousin et Poitou-Charente. Au niveau Européen, la gestion de cette discipline est assurée par Badminton Europe (BE*), qui est une association de fédérations créée en 1967 par 11 pays, elle regroupe aujourd'hui 52 nations membres.

En plus de sa représentation aux Jeux Olympiques depuis 1992, le badminton est présent dans de nombreuses compétitions de différents niveaux. Les joueurs de chaque pays peuvent s'affronter dans les championnats nationaux qui permettent de désigner un/une champion(ne) de France. Ces championnats sont organisés par la FFBaD qui a pour rôle, en tant que fédération agréée, de décerner les titres de champions nationaux. Au niveau Européen, les compétitions sont gérées par BE*. Le circuit Elite, qui est le plus haut niveau Européen est divisé en trois catégories de compétitions de grade 3, les « international challenge » qui sont des compétitions de niveau 1, les « international series », de niveau 2 et les « future series » qui sont des compétitions de niveau 3 (l'ordre d'importance étant décroissant). Les compétitions mondiales sont encadrées par la Badminton World Fédération (BWF*), et sont de grade 2. Les compétitions les plus importantes du calendrier de Badminton sont de grade 1, il s'agit notamment des Jeux olympiques ainsi que des championnats du monde.

La compétition organisée à Pessac par la Ligue Nouvelle-Aquitaine de Badminton figure sur le calendrier Européen comme une compétition de grade 3 et niveau 3, c'est-à-dire un « Future Series ». Ce type de compétition a pour cible les joueurs se situant aux alentours de la 150^e place mondiale. L'organisation d'un événement de cette ampleur aura donc un impact territorial important puisqu'il attirera des joueurs de divers pays. Le contexte actuel qui n'épargne pas le monde sportif oriente ce dernier vers un développement plus responsable

écologiquement. Comme nous pouvons le voir avec Jeux Olympiques (JO*) de Tokyo qui ont mis en avant le recyclage (lits, médailles, plastique...) ou encore avec ceux prévus à Paris, qui souhaitent se démarquer grâce à une gestion inédite de l'évènement « Les Jeux de Paris 2024 seront inédits, parce que spectaculaires et durables », le sport se veut de plus en plus responsable. Sur le plan social, le sport est également de plus en plus responsabilisé, notamment grâce à la mise en place de la norme ISO 26000 édictée pour l'ensemble du monde sportif par le ministère des sports en 2011. Cette qualification permet de garantir l'intégration des principes du développement durable dans le pilotage des organisations. En ce qui concerne l'aspect économique du sport, le « cercle vertueux » que ce dernier peut créer autour des manifestations est bien connu depuis plusieurs années. En effet, les événements sportifs ont pour possible effet de faire émerger des projet d'entreprises, créer des emplois, et d'accentuer l'émergence de produits et services directement liés au sport ou non.

Dans ce contexte de responsabilisation du monde sportif, nous allons nous demander comment les acteurs d'un territoire peuvent agir pour participer à ce mouvement au travers d'une compétition et si ces efforts sont fréquents ?

Les concepts clés de cette étude sont donc la responsabilisation des compétitions sportives, le développement durable ainsi que les capacités d'intervention des acteurs territoriaux.

Afin de mener à bien cette étude, nous nous appuyerons sur le cadre théorique relatif aux concepts clés de cette étude. Depuis le rapport Brundtland de 1987, le développement durable est défini comme « un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs », cela concerne l'aspect social, économique et écologique de la société. Notre étude aborde également les sujets relatifs à l'agenda 21, adopté par 182 chefs d'état en 1992. Ce dernier vise à « décliner les principes du développement durable au niveau des collectivités locales (régions, départements, communes, communautés de communes, communautés d'agglomération...), via des agendas 21 locaux. » (Agenda 21, chapitre 28). Afin de cadrer notre étude et de définir les acteurs ayant un impact sur notre sujet, nous pourrions nous appuyer sur les travaux concernant les collectivités territoriales et la décentralisation (Verpeaux, Rimbault, Waserman, 2021), sur des articles de loi, contenus dans la loi du 7 août 2015, ainsi que sur le Code général des collectivités territoriales. De nombreuses études sur lesquelles nous nous appuyerons montrent l'implication des acteurs territoriaux dans la mise en place de politiques liant sport et développement durable telles que les politiques sociales par le sport (Gasparini, Marchiset, 2008), le sport comme levier éducatif dans les territoires urbains en difficulté (Charrier, Jourdan, 2015) ou encore le rôle des différents acteurs territoriaux suite à la suppression de la clause générale de compétence (Kada, 2020). Afin de comprendre cette implication nous nous baserons sur différents facteurs étudiés dans diverses recherches, nous retrouvons notamment le rôle éducatif du sport (Besson, Machu, Mougin, 2015), ou les activités physiques et sportives, la santé, la société (Bazex, Péne, Rivière, 2012). En effet, les collectivités territoriales (CT*) cherchent de plus en plus à se différencier et les unes des autres et à développer leurs spécificités. Afin de comprendre ce phénomène, nous nous appuyerons sur des recherches concernant la gestion de l'image du territoire avec le marketing territorial (Houllier-Guibert, 2017), le management stratégique comme clé de lecture du développement des projets de territoire (Régent, Favre-Bonté, Da Fonseca, 2021). Des

études sur le sport, et sur son implication dans le développement durable, nous aideront à comprendre comment les acteurs prenant part à ces actions peuvent se différencier des autres comme le montre l'étude Sport et RSE (Bayle, Chappelet, François, Maltese, 2011). Comme nous pouvons le voir à travers ces travaux, le sport et le développement durable peuvent avancer de concert.

Notre étude s'intéressera principalement au territoire Néo-Aquitain, et plus particulièrement à l'impact que peut avoir la ligue Nouvelle-Aquitaine de Badminton sur ce dernier. Les spécificités de ce mémoire résident donc dans le fait d'analyser à la fois les objectifs d'un Plan d'Animation Territorial (PAT*) adossé à une compétition sportive, sa fréquence d'utilisation ainsi que les retours obtenus lors de la mise en place d'un tel plan à l'occasion de compétitions de différentes importances gérées par des structures également variées. Afin de mener à bien cette étude, il sera nécessaire de s'appuyer sur les différentes volontés des acteurs impliqués dans ce projet. De plus, une analyse des moyens mis en place et des résultats attendus par les organisateurs des compétitions étudiées sera nécessaire afin de cerner les attentes de ces derniers.

Le cadre disciplinaire de ce mémoire aborde plusieurs domaines, tout d'abord les collectivités territoriales, qui sont au cœur du projet de plan d'animation territoriale, l'économie qui est un thème indissociable du développement durable, tout comme la sociologie, qui permet d'analyser l'impact d'un tel événement sur la population locale. Pour finir, la politique publique sera également abordée compte tenu de son rôle déterminant.

Le sport étant de plus en plus présent dans notre société, de nombreux acteurs souhaitent l'intégrer à leur activité afin de se développer. Dans cette situation d'expansion du phénomène sportif, les structures qui le gèrent ont tout intérêt à profiter de cet engouement pour développer leur activité. Nous nous demanderons donc ce qu'est un plan d'animation territorial, quels sont ses enjeux, et si les structures y ont fréquemment recours ou non ?

Plusieurs hypothèses concernant ce questionnement peuvent être formulées. Tout d'abord, il est possible que les structure en charge de la gestion du sport ne trouvent pas ce concept de plan d'animation territoriale suffisamment important pour le mettre en place durant leurs événements. Il est également possible d'imaginer qu'elles considèrent ce type de plans d'animation comme très important, mais qu'elles ne le mettent pas en place pour diverses raisons. Celles-ci peuvent être présentées comme un manque de moyens, de temps ou un manque de cibles parmi les acteurs territoriaux à convaincre. La troisième et dernière hypothèse que nous pouvons formuler peut nous montrer que ce mode d'action est vraiment pris en compte par les différentes structures, et que de ce fait, il est très fréquemment utilisé.

Ce mémoire, qui veillera à répondre à la problématique mentionnée plus tôt sera divisé en trois parties. La première partie servira de présentation des divers acteurs potentiellement impliqués dans le plan d'animation territorial mis en en place par la LNAB et plus généralement par les autres structures sportives. Le rôle de ces acteurs ainsi que leur implication attendue seront également abordés dans cette première partie, qui se basera sur des études et des recueils de données. La deuxième partie se focalisera sur la compétition de niveau européen organisée par la LNAB. Le plan d'animation territorial mis en place durant cette manifestation sera

analysé, en fonction des objectifs fixés, puis via les actions envisagées pour ce dernier sur les différents aspects du développement durable. Cette observation pourra être réalisée grâce à ma participation à la mise en place de ce PAT. Etant donné qu'il fait partie des missions qui m'ont été confiées lors de mon service civique au sein de la ligue, il s'agit d'une observation en interne. Afin de construire cette observation, nous allons nous baser sur les informations fournies par la FFBaD concernant les objectifs de la mise en place d'un plan d'animation territorial. Nous nous appuierons également sur divers entretiens de responsables lors de l'organisations de compétitions, dont un entretien semi directif réalisé auprès de M. Meunier, directeur de la LNAB. Ces discussion ont pour but de connaitre leurs motivations pour la mise en oeuvre de PAT lors des compétitions. La troisième et dernière partie de ce mémoire nous permettra d'analyser les résultats obtenus lors de nos enquêtes auprès de la commune, des dirigeants de la LNAB, des intervenants et des licenciés, afin d'analyser l'impact et la fréquence de mise en place de ce type de d'action. Nous nous appuierons sur une analyse des archives des compétitions passées mises en place par la LNAB et d'autres structures sportives similaires. Ceci nous permettra de valider ou non les hypothèses liées à cette étude. Au cours de celle-ci, nous pourrons, à titre de comparaison, nous intéresser à d'autres disciplines.

1. Le développement territorial, une multitude d'acteurs à diverses échelles de plus en plus impactés par le sport.

Cette première partie de notre étude a pour objectif de présenter le territoire de notre recherche. Lorsqu'il sera défini, nous pourrons y recenser les acteurs qui nous intéressent et leur rôle dans l'organisation et le fonctionnement de ce territoire. Une fois ces acteurs identifiés, nous pourrons ainsi mettre en évidence la relation qu'ils entretiennent avec le sport et donc le badminton, principal objet d'étude de ce mémoire

Selon la définition du Larousse, un territoire peut être défini comme une portion de l'espace terrestre dépendant d'un État, d'une ville, d'une juridiction. Au cours des siècles, la France a connu de nombreux remaniements en termes de géographie et de fonctionnement institutionnel, de nos jours, et depuis la loi n° 2015-29 du 16 janvier 2015 relative à la délimitation des régions, la France se découpe en 13 régions. Le territoire cible de notre étude est la région Nouvelle-Aquitaine, en effet la ligue Nouvelle-Aquitaine de Badminton a pour mission de développer la pratique de ce sport au sein de ce territoire.

A la suite de la suppression de la clause générale de compétences pour les départements et les régions (loi NOTRe, 2015), le sport est considéré comme une compétence partagée par les différentes collectivités territoriales, au même titre que la culture, le tourisme, la promotion des langues régionales et l'éducation populaire (art. L. 1111-4). Nous allons donc pouvoir observer la relation des différents acteurs se partageant cette compétence et leur rôle dans la mise en place d'un plan d'animation territorial.

Le sport est de plus en plus présent au sein de notre société, si l'on se base uniquement sur le nombre de licences délivrées par an, cette donnée a augmenté de 19% depuis l'année 2000, alors que l'accroissement de la population n'est que de 11% pour la même période (INJEP, 2020). Si l'on examine les données des sportifs non licenciés, nous observons également une très forte augmentation du nombre de pratiquants, notamment en running avec 3 millions de coureurs en 2000 contre 13,6 millions en 2019 (Union Sport et cycles). Bien que les données soient moins importantes, le constat est le même si l'on s'intéresse à la pratique en salle de musculation. Le sport est donc un élément essentiel à prendre en compte dans le cadre du développement territorial. Ce concept dont la définition donnée ci-après par Baudelle, Guy, Mérenne-Schoumaker, en 2011 est : « Le développement territorial est un processus volontariste cherchant à accroître la compétitivité des territoires en impliquant les acteurs dans le cadre d'actions concertées, généralement transversales et souvent à forte dimension spatiale » est crucial pour les territoires. De ce concept est né le marketing territorial défini par le Merkator comme « l'effort collectif de valorisation et d'adaptation des territoires à des marchés concurrentiels pour influencer, en leur faveur, le comportement des publics visés par une offre dont la valeur perçue est durablement supérieure à celles des concurrents. ». Nous allons donc voir au travers de cette étude comment les différents acteurs peuvent se servir du sport ou d'évènements sportifs pour modifier leur image et leur attractivité.

1.1. Les différents acteurs territoriaux

Notre étude ayant comme sujet la LNAB, nous allons nous intéresser aux acteurs présents dans sa zone d'influence, c'est-à-dire la région Nouvelle-Aquitaine. En effet, la ligue a pour mission de développer la pratique sur ce territoire. Elle assure également des missions auprès des différents départements et des clubs, ce qui crée des relations avec des acteurs de diverses échelles. Nous allons donc, dans un premier temps voir quels sont ces partenaires ainsi que leur rôle au sein de la vie du territoire.

1.1.1. L'Etat

L'Etat en France a notamment pour mission de permettre l'exercice de la souveraineté nationale qui appartient au peuple (art. 3 de la Constitution du 4 octobre 1958). Pour mener à bien ces missions et développer le territoire national, il nomme un gouvernement qui aura pour rôle la gestion des différents ministères. Afin de pouvoir intervenir au plus près du territoire, l'état met en place des services déconcentrés, qui sont des organes de l'état, sans autonomie ni personnalité morale. C'est par exemple le cas des préfets de région et de département. Ces derniers sont des représentants du Gouvernement, ils doivent mettre en œuvre ses décisions en s'appuyant sur les services déconcentrés de chacun des ministères. L'état met également à disposition des agents de la fonction publique au sein des collectivités territoriales.

1.1.2. Les Collectivités territoriales

Selon l'INSEE, une collectivité territoriale est une structure administrative distincte de l'administration de l'état, son rôle consiste à « prendre les décisions pour l'ensemble des compétences qui peuvent le mieux être mises en œuvre à leur échelon » (art. 72, al. 2, de la Constitution du 4 octobre 1958)

A la suite de la loi NOTRe de 2015, qui supprime la clause générale de compétences, les collectivités territoriales se sont vu interdire la mise en place de politiques qui ne relèvent pas de leurs compétences obligatoires. Cette suppression a permis de recentrer les budgets et les compétences des CT sur certains domaines, afin de mieux les développer.

La clause générale de compétence « se définit traditionnellement comme la liberté reconnue à une collectivité territoriale d'intervenir en toute matière à condition de justifier d'un intérêt public local et de ne pas empiéter sur les compétences attribuées par la loi à une autre autorité publique, qu'il s'agisse d'une autorité de l'État ou d'une autre collectivité territoriale. », elle n'a été définie législativement qu'en 2015, lors de sa suppression (Kada, 2020). Malgré cette suppression, qui entraîne une interdiction pour une CT de développer une compétence déjà prise en charge par une autre collectivité, certaines compétences sont toujours partagées entre les communes, les départements et les régions. Ces compétences ont pour point commun leur caractère transversal. Parmi elles, nous retrouvons la gestion du sport, des langues régionales, de l'éducation populaire, de la culture, du tourisme et de la promotion de l'égalité entre les hommes et les femmes (article L1111 - 4 du code général des collectivités territoriales).

1.1.2.1. Les régions

La région Nouvelle-Aquitaine, devenue effective au 1^{er} janvier 2016 est la plus vaste de France avec ses 84 036 km². Elle regroupe 12 départements et plus de 6 millions d'habitants en 2019 (INSEE).

Les régions sont des organes décentralisés de l'état, ce qui signifie que l'état a transféré des compétences administratives à ces entités. Durant de nombreuses années, la France s'est transformée pour passer d'un état unitaire et très centralisé à un état déconcentré et décentralisé. Cette transformation a été initiée en 1982 durant l'acte 1 de la décentralisation, plus précisément le 2 mars 1982 avec la loi Defferre. Celle-ci supprime la tutelle du préfet, transfère l'exécutif départemental au conseil général, et désigne la région comme une collectivité de plein exercice. Cette décentralisation se poursuit encore de nos jours, notamment avec la loi 3DS apportant plus d'autonomie aux collectivités locales, faisant partie de l'acte 4.

La gestion de la région est assurée par le conseil régional. Ce dernier, règle par ses délibérations les affaires de la collectivité. Il se réunit en assemblée plénière au moins une fois par trimestre à l'initiative du président ou à la demande de la commission, ses débats sont publics. Le conseil régional de Nouvelle-Aquitaine est composé de 183 membres élus pour 6 ans. Ce conseil adopte les décisions qui déterminent et mettent en œuvre les politiques régionales en fonction des compétences qui lui sont confiées par la loi. Le président du conseil régional détient le pouvoir exécutif de la région. Il met en place les décisions prises par le conseil régional et la commission permanente. Ses pouvoirs sont les suivants :

- Il est l'ordonnateur des dépenses de la région et prescrit l'exécution des recettes
- Il gère le domaine de la Région
- Il est le chef des services de la région

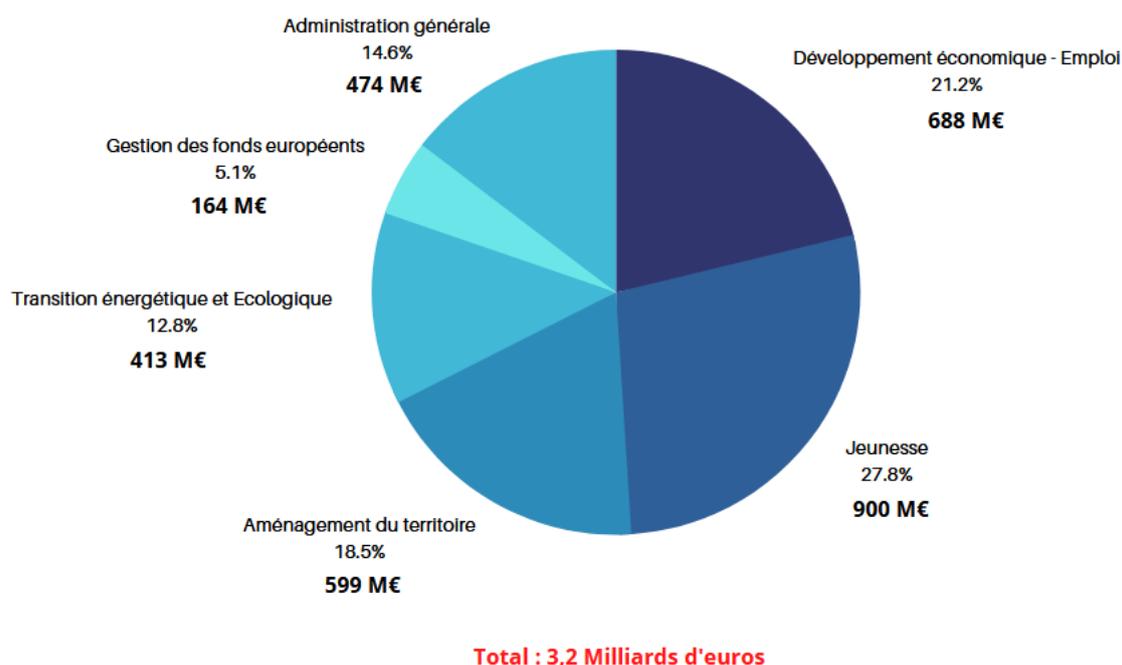
Le rôle de la région consiste donc à coordonner les actions menées sur son territoire en faveur du développement de l'économie et de l'animation des pôles de compétitivité. Pour cela, elles peuvent intervenir dans différents domaines (Article L442-1 du Code général des collectivités territoriales).

- Les transports et la mobilité : depuis 2002, les régions s'occupent de la gestion des transports, notamment les TER, qui sont issus d'une contractualisation avec la SNCF. Depuis 2017, les régions ont également la responsabilité des transports interurbains, des transports scolaires ainsi que de certains ports. Les transports constituent aujourd'hui la principale dépense des régions.
- L'enseignement supérieur et la recherche, les lycées et depuis les lois MAPTAM et NOTRe, les stratégies régionales pour l'enseignement supérieur relèvent de la responsabilité des régions. Ce poste représente également une charge importante pour les régions.

- Formation professionnelle, apprentissage et alternance : plusieurs lois entre 1983 et 2015 ont conforté les régions dans cette compétence.
- Le développement économique et l'innovation : les régions doivent présenter un schéma régional de développement économique, d'innovation et d'internationalisation (SRDE-II). Ce schéma régional permet de définir les orientations pour les entreprises, l'attractivité du territoire ou encore de l'économie solidaire
- L'aménagement du territoire et l'environnement : la région doit veiller au développement de tous ses territoires en évitant les carences dans les territoires ruraux, ceci tout en veillant au respect de l'environnement et à la valorisation des déchets.
- La gestion des programmes européens et de l'agriculture

Voici la répartition du budget de la région Nouvelle Aquitaine en fonction des différentes compétences qui lui sont attribuées.

Figure 1 : répartition par compétences du budget primitif de la région Nouvelle-Aquitaine 2021



Source : rapport de présentation 2021

1.1.2.2. Les départements

Les départements, comme les régions sont des organes décentralisés depuis 1982, et dont la clause générale de compétence a été supprimée en 2015 (cf 1.1.1.1).

Les départements concernés par notre territoire d'étude sont les Pyrénées-Atlantiques, les Landes, la Gironde, la Dordogne, la Creuse, la Charente, la Charente-Maritime, le Lot-et-Garonne, la Corrèze, les Deux-Sèvres, la Vienne et la Haute-Vienne.

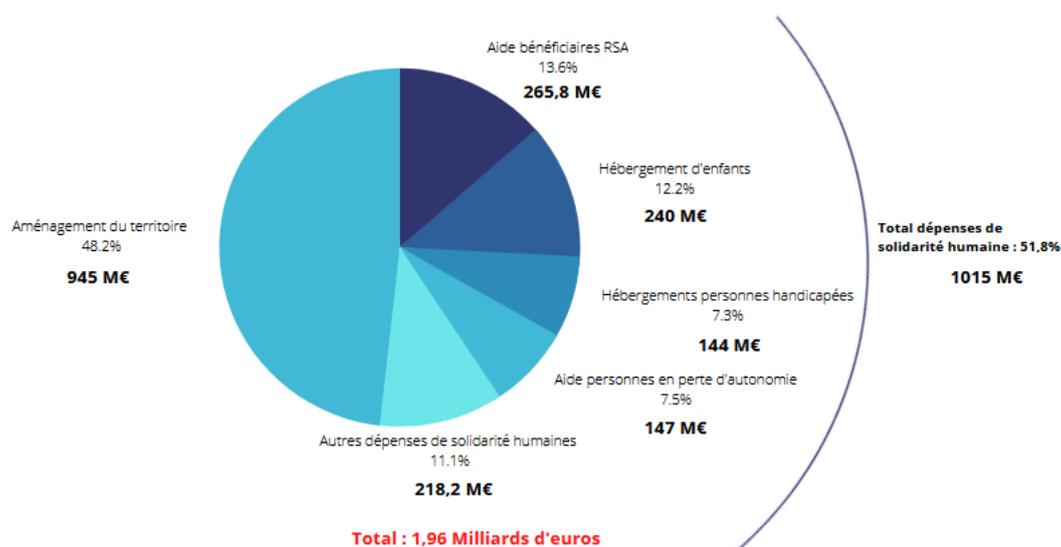
Les départements sont gérés par le conseil départemental, ce dernier, règle par délibérations les compétences présentées ci-dessous (Loi NOTRe du 7 août 2015).

Les compétences attribuées aux départements relèvent de plusieurs domaines, similaires à ceux de la région, tout en ayant une cible plus restreinte.

Les départements gèrent la solidarité et la cohésion territoriale, notamment l'aide à l'enfance, aux personnes handicapées, aux personnes âgées ou attribue les prestations légales d'aide sociale. Au niveau de l'éducation, les départements assurent le fonctionnement et le développement des collèges. Quant à la gestion des transports, ils ont la responsabilité des voies départementales et des services de transport spécialisés.

Comme pour les autres collectivités territoriales, ces territoires possèdent des compétences dites « partagées », ce qui signifie qu'ils peuvent agir, tout comme les régions, dans les domaines du sport, de la culture, le tourisme, les langues régionales et l'éducation populaire (art. 103 s. loi NOTRe ; art. L. 1111-4 CGCT).

Figure 2 : répartition par compétences du budget primitif du département de la Gironde 2021



Source : Dossier de presse Budget primitif 2021

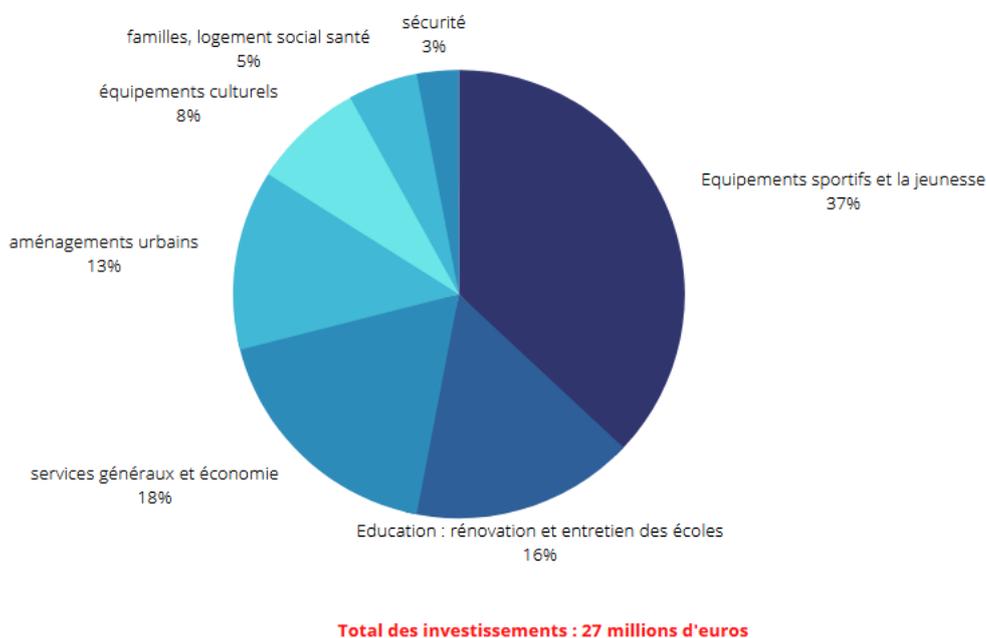
1.1.2.3. Les communes

Les communes sont les collectivités territoriales les plus proches des habitants, elles sont le premier échelon de l'administration publique. Nous pouvons en recenser 4503 en Nouvelle-Aquitaine, chacune est représentée par son maire. La clause générale de compétence demeure cependant pour les communes, en tant que principe de liberté. Toutefois, des lois leur confient des compétences plus précises, telles que l'urbanisme et la maîtrise des sols, le logement, les aides sociales, la gestion des écoles élémentaires et maternelles, la culture, le tourisme et le sport.

Comme nous venons de le voir, le sport, qui est la compétence qui nous intéresse en priorité dans cette étude est « partagé » entre les différentes collectivités territoriales, ce qui signifie que toutes les collectivités territoriales peuvent s'en saisir afin de le développer. Cela montre que lors d'un grand évènement sportif, toutes les collectivités peuvent être des potentiels partenaires, puisqu'elles ont la possibilité de s'y impliquer.

Comme exemple, nous pouvons prendre le cas de la ville de Pessac, qui fait partie de la métropole de Bordeaux et comptabilise plus de 62.000 habitants. Le budget primitif de cette ville était de 104 Millions d'euros en 2021. Voici la répartition des secteurs d'investissements désignés par la ville.

Figure 3 : répartition des investissements en 2021 de la ville de Pessac



Source : Dossier de presse Budget primitif 2021

1.1.2.4. Les intercommunalités

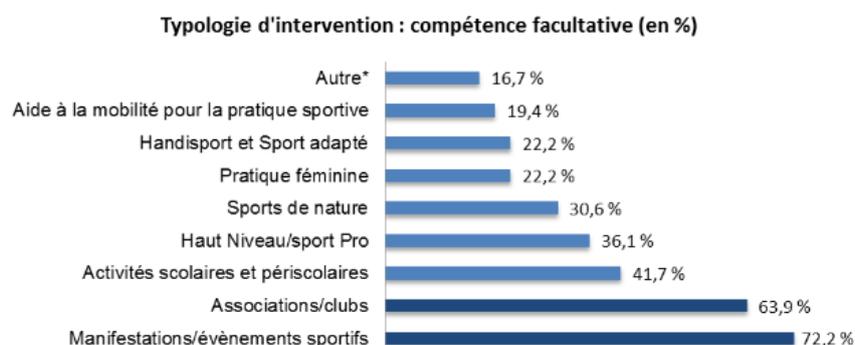
Selon l'INSEE, l'intercommunalité « permet aux communes de se regrouper au sein d'un Etablissement Public de Coopération Intercommunale (EPCI*) soit pour assurer certaines prestations (ramassage des ordures ménagères, assainissement, transports urbains...), soit pour élaborer de véritables projets de développement économique, d'aménagement ou d'urbanisme ». Les intercommunalités sont apparues en 1890 (loi du 2 mars 1890), puis se sont réellement développées à partir de 1990 avec notamment la création des communautés de communes (loi du 6 février 1992), les communautés d'agglomération (loi du 12 juillet 1999). S'ensuivent une réforme et des lois visant à développer davantage le recours à l'intercommunalité telle que la réforme territoriale du 16 décembre 2010, qui rend obligatoire l'appartenance à un EPCI pour toutes les communes avant le 1^{er} juillet 2013. Les lois MAPTAM et NOTRe ont respectivement permis de développer les métropoles et ainsi que les compétences obligatoires des EPCI (Verpeaux, Rimbault, Waserman, 2021). Les compétences des intercommunalités dépendent des domaines d'intervention que les communes leur ont transféré. Les Métropoles et les Communauté Urbaines ont des compétences obligatoires pour les équipements sportifs (Art. L 5217-2, L 5215-20 du CGCT) alors qu'elles restent optionnelles pour les Communauté d'Agglomération et les Communautés de Commune (L 5216-5 et 5214-16 du CGCT).

Selon l'enquête sur l'intervention des intercommunalités dans le sport, menée par l'Association Nationale des Elus en Charge du Sport (ANDES*), l'intervention des intercommunalités dans leur compétences obligatoires sur les équipements sportifs se caractérise par cette répartition (intercommunalités ayant répondu au sondage, échantillon pas suffisamment important pour être représentatif) :

- 89% d'entre elles interviennent sur la construction, la gestion, l'entretien et le fonctionnement des équipements (principalement celui des piscines, gymnases, salles multisports et stades)
- 22% mettent en place des fonds de concours pour aider les communes à mettre en place leurs équipements.

En revanche, en ce qui concerne les compétences facultatives, voici l'implication des intercommunalités :

Figure 4 : implication des intercommunalités dans les compétences facultatives relatives au sport



Source : l'intervention des intercommunalités dans le sport ANDES

1.1.3. Le secteur privé

Le secteur privé englobe tous les domaines et les professions qui n'ont pas de relations directes avec l'état en tant qu'employeur. Cette notion regroupe un nombre très important d'acteurs étant donné que la majorité des entreprises, ainsi que les associations (secteur privé non marchand) en font partie.

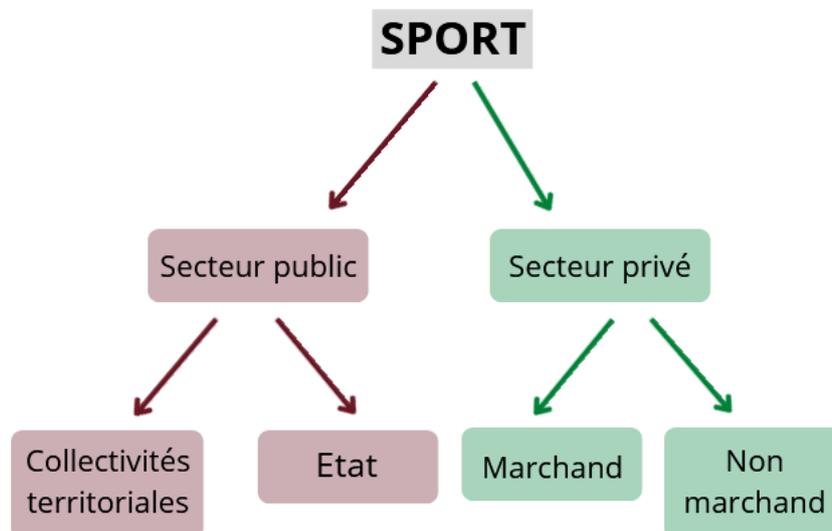
Le secteur privé et les territoires s'influencent mutuellement, notamment depuis l'ère de la mondialisation, qui poussent les territoires à devenir de plus en plus compétitifs (Camagni, 2006). Grâce à une collaboration avec les acteurs privés, les territoires souhaitent devenir plus attractifs et compétitifs afin de se différencier de leurs voisins directs, cela passe notamment par le capital, le savoir-faire ainsi que l'économie. Ces leviers créent une dynamique territoriale qui en relance l'attractivité (Soldo, Arnaud, Keramidas, 2013). Du côté des acteurs privés, le choix du territoire où ils vont s'implanter dépend notamment du fonctionnement de ce dernier, les facilités développées par les territoires sont un des critères de choix pris en compte dans les décisions d'implantation. Comme le décrivent Longhi et Spindler en 1999 « L'espace n'est pas neutre, et le corollaire de cette approche de la globalisation a été la montée en puissance du local [...] pour les firmes globales, les territoires ne sont plus substituables, puisque c'est la nature des compétences produites localement, le fonctionnement des marchés locaux et la nature des apprentissages collectifs qu'ils autorisent, l'information qu'ils véhiculent, qui dictent les choix des entreprises ». Cela montre l'interdépendance entre ces acteurs, car les territoires ont besoin du privé pour se démarquer, et d'un autre côté, le privé s'appuie sur les territoires pour que leurs activités soient les plus rentables.

En plus de cette relation influençant la présence d'acteurs sur le territoire, il n'est pas rare de rencontrer des situations où le privé et le public travaillent en partenariat, les services publics peuvent faire appel au privé via diverses contractualisations. La délégation de service public est un contrat par lequel une personne morale de droit public confie la gestion d'un service public à un délégataire public ou privé dont la rémunération est substantiellement liée aux résultats d'exploitation du service. L'exploitant aura comme client principal un utilisateur imposé par le service public. Le contrat de partenariat donne la maîtrise d'un équipement à un partenaire privé. Notamment dans le domaine du sport, il existe un contrat sous forme de bail emphytéotique administratif, par lequel la collectivité propriétaire confère à un tiers privé le droit d'occuper le bien pour une longue durée (18 à 99 ans). La maintenance et l'entretien incombent à l'occupant, la ville perçoit une redevance, le club par exemple est tenu d'effectuer les investissements, les travaux échappent aux procédures du code des marchés public, enfin, à l'issue du bail le bien est remis à la collectivité sans contrepartie.

Comme nous avons pu le voir, de nombreux acteurs publics mais aussi privés agissent sur le fonctionnement des territoires. Bien que ces acteurs aient un impact dans des domaines variés, il est fréquent qu'ils interagissent afin de développer de concert un territoire, car comme le définit André Torre, « les processus de développement territorial ne peuvent être réduits aux seuls comportements des acteurs productifs et des institutions en charge des politiques de développement, mais s'étendent à d'autres parties prenantes des territoires : collectivités locales

ou territoriales, services déconcentrés de l'État, organismes consulaires, dispositifs locaux de gouvernance (Pnr, Pays...) et monde associatif ; » (Torre, 2018)

Figure 5 : les grandes familles d'acteurs du monde sportif



Source : Enseignements universitaires

1.2. Les acteurs et leur relation avec le sport

1.2.1. Les relations centrées sur le bien-être social

Depuis plusieurs années maintenant, le sport est bien connu pour ses nombreux bénéfices sur la santé des pratiquants, s'il est pratiqué de manière régulière, raisonnée et raisonnable (Bazex, Pene, Riviere, 2012). Ce dernier permet aux pratiquants d'améliorer leur état de santé. En plus d'améliorer la santé physique, le sport peut être un moyen efficace pour transmettre des valeurs, apprendre des règles de vie ainsi que de se sentir mieux psychologiquement et socialement. L'intérêt du sport est donc majeur d'un point de vue médical, sociétal et économique.

1.2.1.1. Les politiques sportives

Le sport peut donc être considéré par les collectivités territoriales ou les acteurs privés comme un outil au service du bien-être social. Nous pouvons citer comme premier exemple, l'impact social, via l'aspect éducatif du sport dans les territoires urbains en difficulté. Grâce à ses valeurs, le sport est utilisé depuis les années 1980 dans les quartiers sensibles afin de tenter d'apaiser les tensions, en effet, le sport est porteur de valeurs telles que le respect des règles, l'esprit d'équipe, le sens de l'effort...(Jourdan et Charrier, 2014). Pour tenir compte de la complexité sociale de certaines situations et bien que le sport soit un outil très efficace, il est nécessaire de l'accompagner d'une politique éducative solide afin de le rendre efficace. Il existe de nombreux projets mis en place par divers acteurs afin de permettre aux personnes éloignées de la pratique de développer des compétences grâce au sport. L'état met notamment en place le dispositif « Ville-vie-vacances » afin de permettre à des jeunes en difficulté de bénéficier d'un accès à des activités culturelles, sportives et de loisirs durant les temps de vacances scolaires. Il s'agit d'un dispositif intégré de prévention de la délinquance. Des actions menées au sein des cours d'EPS permettent également d'enseigner aux élèves les bienfaits du sport. Les collectivités territoriales peuvent également mettre en place des dispositifs de développement du bien-être social par le sport. Les collectivités territoriales, telles que les communes ont fréquemment recours à un partenariat avec les associations sportives locales, ces premières mettent à disposition des moyens financiers (subventions), matériel (équipements sportifs) ou humains (ETAPS...) afin de permettre aux associations de mener à bien des actions dans le domaine social, notamment à destination de publics éloignés de la pratique (le sport, un enjeu communal (1), David Picot).

L'implication des fédérations dans les actions des politiques publiques montre qu'en matière sportive, les fédérations agréées par l'État (et délégataires) jouent un rôle essentiel. Bien que les associations sportives aient pour vocation d'être autonomes, elles sont fréquemment encadrées lors des partenariats contractualisés avec les autorités publiques. Les politiques publiques doivent donc identifier les objectifs prioritaires, dans un environnement précis afin de sélectionner les collaborateurs appropriés.

Le sport étant un outil efficace pour construire ou reconstruire le lien social et le développement culturel dans les territoires en difficulté, les politiques publiques s'en sont saisies afin de mettre en place des actions en lien avec les associations ou dans des cadres non-institutionnels afin de recréer du lien social. L'année 2004 a été érigée « Année européenne de l'éducation par le sport », ce qui a aidé les pouvoirs publics à axer leur soutien financier vers les structures sportives qui promeuvent activement l'insertion par le sport (Gasparini, Marchiset, 2008). Depuis plusieurs années, le sport est donc devenu un enjeu de santé publique. Certaines populations sont toujours éloignées de la pratique sportive. La politique nationale du sport pour tous se découpe en divers axes, notamment¹ :

- La promotion de l'éducation et de l'insertion par le sport, qui permet aux personnes éloignées de la pratique sportive d'avoir plus facilement accès à des APS. Cette politique est mise en place en relation avec les collectivités territoriales ainsi qu'avec tous les acteurs locaux, mais principalement avec les associations sportives.
- Le Pass'Sport, qui est la possibilité pour le plus grand nombre de familles d'inscrire leur(s) enfant(s) dans une association sportive.
- Réduire les difficultés d'accès pouvant provenir de raisons économiques et sociales, géographiques ou physiques. Particulièrement pour les jeunes filles et les hommes des quartiers sensibles ainsi que sur les personnes en situation de handicap.
- Le développement de la pratique féminine en général.

En 2017, le Conseil National Ville Active et Sportive crée le label Ville active et sportive dans le but de récompenser et d'encourager les communes qui innovent et soutiennent le sport pour tous. Le Conseil National Ville Active et Sportive a été créé par l'Association Nationale Des Elues en charge du Sport (ANDES), ainsi que l'union Sport&cycle, le tout rassemblé par le Ministère des Sports.

Depuis 2017, ce sont 535 communes qui se sont vu attribuer ce label en France, 38 en Nouvelle-Aquitaine, 9 en Gironde et 6 dans la métropole Bordelaise.

Selon l'étude « sport dans la ville » de 2020 menée par l'UNION Sport&Cycle avec le soutien technique d'IPSOS, la population a de plus en plus conscience des bienfaits du sport, 89% de la population déclare que la pratique sportive est « nécessaire pour se maintenir en forme et en bonne santé. ». Notons que malgré la crise sanitaire, la pratique sportive de la population a augmenté de 4% par rapport à l'année précédente (81% contre 77%). Ces résultats montrent l'importance que la population accorde à la pratique sportive. En revanche, nous pouvons constater une réelle inégalité de pratique, notamment entre les classes socio-professionnelles (88% de pratiquants pour les PCS+ et 74% pour les inactifs), les types d'agglomérations (83% pour les urbains contre 77% pour les ruraux), ou encore l'âge (91% pour les 18-24 ans contre 66% pour les plus de 66 ans). Les acteurs du développement du sport doivent donc prendre en compte cette relation que la population entretient avec le sport afin de répondre efficacement à leurs demandes et venir en aide aux personnes les plus éloignées de la pratique.

¹ Principales orientations politiques du sport en France : <https://www.sports.gouv.fr/pratiques-sportives/sports-pour-tous/>

1.2.1.2. Dans les entreprises

Le sport en entreprise, apparu à la seconde moitié du 19^e siècle² consiste celles-ci à proposer des activités sportives aux employés afin de les aider à se détendre et à s’amuser. La mise en place de ces activités a été faite pour deux raisons qui sont liées.

La première raison correspond à la mise en place du sport dans les politiques de l’état et des CT (cf 1.2.1.1.), cela signifie donc que le sport est un moyen efficace d’améliorer la santé physique et mentale des pratiquants tout en les aidants à se développer socialement. Les entreprises comprennent alors le bénéfice qu’elles peuvent trouver à le mettre en place au sein de leurs structures afin d’améliorer la qualité de travail de leurs employés. La pratique physique et sportive dans le cadre professionnel dépend du Code du sport mais également, du Code du travail. Bien que les entreprises n’aient pas l’obligation de mettre en place ce système, l’état met en place des avantages destinés à encourager le développement de ce concept, via notamment la fin de la reconnaissance du sport en entreprise en tant qu’avantage en nature. La loi n° 2022-296 du 2 mars 2022, devait à l’origine contenir un article mettant en place un label « entreprise sportive » afin de valoriser les entreprises proposant des APS à leurs salariés.

Selon l’Union Sport&Cycles, 87% des employeurs sont convaincus des bienfaits du sport en entreprise, mais seul 18% le mettent en place³. Le sport, via ses vertus pour la santé mentale, permet entre autres de prévenir les burn-out, bore-out ou encore brown-out qui ne sont toutefois pas reconnues en tant que maladies psychologiques. Pourtant, selon l’Institut de Veille Sanitaire, plus de 480.000 personnes en France seraient en situation de détresse psychologique au travail et 30.000 d’entre elles souffriraient de burn-out. Selon une autre étude menée par le cabinet Technologia en 2014, plus de 3 millions de personnes actives en France présenteraient un risque élevé de burn-out.

Afin d’organiser les rencontres et les championnats entre les différentes équipes d’entreprises, la Fédération Française du Sport d’Entreprise (FFSE*), apparue en 1952 sous le nom de « Union Nationale des Clubs Corporatifs » est une fédération multisports qui organise notamment les Jeux Mondiaux du Sport d’Entreprise. La FFSE a donc pour mission de « développer les pratiques d’activités physiques ou sportives adaptées, dans le cadre comme autour de l’entreprise, au bénéfice de la santé, du bien-être et de l’intégration de tous les salariés, ainsi qu’au service de l’efficacité et de la performance collective des entreprises. » Nous analyserons l’aspect performance de l’entreprise dans la partie suivante.

² Histoire du sport en entreprise : <https://www.sport-entreprise.com/>

³ Données Union Sport&cycle : <https://www.unionsportcycle.com/sports-loisirs/sport-en-entreprise>

1.2.2. Les relations centrées sur le développement de la structure

Comme nous venons de le voir, le sport est fréquemment utilisé pour accroître le bien-être des pratiquants, ce qu'il parvient à faire (cf 1.2.1). En revanche, le recours au sport ne s'arrête pas là, en effet, ce dernier peut également, s'il est utilisé à bon escient permettre à la structure qui l'utilise de se développer, que ce soit dans le domaine privé grâce au sport en entreprise (Barbusse, 2016) ou dans le public (Alaux, Serval, Zeller, 2015).

1.2.2.1. Le développement du secteur privé par le sport

Comme nous l'avons vu dans la partie 1.2.1.2, le sport peut être employé par le secteur privé, notamment dans les entreprises afin d'améliorer conséquences du stress au travail pour les employés. Les entreprises s'intéressent également au sport en tant qu'activité physique pour des raisons de performance. Selon une étude sur les impacts des activités physiques et sportives sur l'entreprise, portée par le Medef et le CNOSF, la conclusion est claire, le sport en milieu professionnel joue un rôle important sur la productivité des entreprises ainsi que les dépenses de santé pour les employés (Barbusse, 2016). Nous pouvons retenir cette citation de Béatrice Barbusse « Comme le montrent les chiffres avancés par les différentes études réalisées en France ou en Amérique du nord, les enjeux sont importants économiquement et financièrement tant pour les entreprises en termes de productivité et donc de croissance que pour la société civile en termes de dépenses publiques de santé. »

Voici les résultats de l'enquête réalisée par Gymlib sur un échantillon de 1012 salariés de 18 ans ou plus.

Figure 6 : résultats de l'enquête Gymlib concernant le sport en entreprise



Source : enquête Gymlib Opinionway

Les entreprises peuvent également se servir du sport en tant qu'outil de distinction par rapport aux entreprises concurrentes. Selon l'agence de conseil en communication et de marketing Kinic Sport, les entreprises se lient au sport via des contrats de sponsoring afin d'améliorer leur « Branding », c'est-à-dire, leur image de marque. Le sport, par sa popularité et son image valorisante auprès du public, permet en effet aux entreprises qui le sponsorisent d'en retirer de nombreux bénéfices. En effet, pour les Français, une marque qui s'associe au sport est une marque dynamique et dans l'air du temps pour 64% d'entre eux⁴ et 50% des interrogés affirment avoir une meilleure image des marques sponsorisant du sport. De plus, 48% des interrogés estiment qu'ils prêteront davantage attention à la marque par la suite et 47% pensent qu'ils choisiront cette marque plutôt qu'une autre pour cette raison.

Une dérive de ce processus se nomme le « sportwashing ». Selon David Blough, ce phénomène consiste à donner une image positive d'une entreprise ou d'un pays en s'associant au sport par du sponsoring ou d'autres moyens afin de montrer que la structure partage les valeurs véhiculées par le sport (amitié, respect, dépassement de soi...). Ce phénomène est utilisé de la même manière que le « greenwashing », qui, selon le service Climate Consulting de Selectra, peut être défini comme : « une pratique marketing visant à se donner une image illusoire de responsabilité écologique. Une communication verte ne signifie pas toujours que l'entreprise se montre responsable envers l'environnement. » il en va de même pour le sport.

1.2.2.2. Le développement du secteur public par le sport

En plus d'être utilisé pour permettre aux populations locales de se divertir et d'améliorer leur santé, le sport est aussi promu par les CT afin de développer leur territoire. Ce phénomène s'appelle le « marketing territorial ». Selon le Mercator, le marketing est « l'effort d'adaptation des organisations à des marchés concurrentiels, pour influencer en leur faveur le comportement de leurs publics, par une offre dont la valeur perçue est durablement supérieure à celle des concurrents. ». Les territoires, sur ce même principe essaient donc d'adopter des comportements susceptibles d'attirer des nouveaux habitants, des touristes ou encore des entreprises, afin de se développer. En ce qui concerne les entreprises, la mondialisation des échanges commerciaux et les facilités de communication de notre siècle permettent à ces dernières de s'implanter plus facilement aux endroits qu'elles souhaitent. Les territoires entrent donc en compétition afin d'attirer les entreprises (Hatem, 2007) et de tirer les bénéfices notamment économiques de leur venue. Le marketing territorial aborde le territoire comme une marque. Le sport est donc un outil public et privé, au sein d'une économie significative.

Selon Bruno Lapeyronie, la gestion territoriale des sports ressemble à un chantier permanent, les élus territoriaux et leurs techniciens semblent s'inscrire dans un paradoxe perpétuel caractérisé par des moyens d'action limités et un nombre de sollicitations de plus en plus élevé. Dans ce contexte, l'organisation sur le territoire de grands événements internationaux a toujours été mise à profit pour favoriser le dynamisme local. En effet, leurs retombées ne pas négligeables (économique, touristique, sociaux ou environnementaux)

⁴ Données issues de l'étude LE SPORT, ACTIVATEUR D'ONDES POSITIVES réalisée pour TF1 pub en janvier 2022

(Alaux, Serval, Zeller, 2015). Jusqu'à il y a une dizaine d'années, les grands événements sportifs étaient presque toujours vus comme des aubaines, que ces événements soient imposés ou choisis. Mais de nos jours, de plus en plus de questions se posent sur le coût réel de ces événements au vu de leurs retombées⁵.

Au cours de cette première partie, nous avons pu faire un état des lieux des différents acteurs territoriaux et de leurs relations avec le sport, notamment grâce à une revue de littérature variée. Nous avons ainsi pu mettre en avant qu'un territoire est composé de divers acteurs, que chacun intervient à sa propre échelle, que les collectivités territoriales agissent chacune sur les compétences qui leur sont confiées, et que les acteurs privés sont présents à tous les niveaux. Nous avons ainsi pu voir que bien que tous ces acteurs aient des domaines d'activité variés, tous, sans exception ont des missions à accomplir ou trouvent une utilité dans le développement de la pratique sportive. De plus, nous avons pu constater que les différents acteurs collaborent afin de mener des actions relatives au sport (construction d'équipements, développement de la pratique, mise en place d'événements). C'est dans ce contexte que notre étude s'inscrit. En effet, la LNAB a fait le choix d'organiser une compétition d'envergure européenne sur le territoire Néo-Aquitain, et plus précisément, à Pessac. Durant cette manifestation, la Ligue a décidé de mettre en place un Plan d'Animation Territorial PAT, il consiste à inclure de nombreux autres intervenants (privés, non-marchands, publics) au sein de l'événement, via des actions spécifiques en marge de la compétition. A titre de comparaison, nous pouvons citer les journées Olympiques et Paralympiques destinées aux jeunes, en marge des Jeux Olympiques. Ces journées incluent généralement des participants tels que les comités départementaux, les ligues régionales, ainsi que les CT. L'animation territoriale bénéficie largement du dynamisme que ces activités annexes provoquent.

⁵ Enseignements universitaire Bruno Lapeyronnie, 2021

2. Le Plan d'Animation Territorial, les objectifs d'un concept durable aux acteurs variés

Comme nous avons pu le voir dans la première partie, les acteurs du monde sportif sont très nombreux et sont issus de domaines variés. Nous retiendrons quatre grandes catégories dans lesquelles les structures impliquées dans le monde du sport peuvent être regroupées (cf figure 5). C'est donc dans cet environnement que la LNAB doit mener à bien sa mission, à savoir « encourager, organiser, administrer et développer la pratique du Badminton et des disciplines associées dans la région Nouvelle-Aquitaine »⁶. Pour cela, la LNAB compte sur ses huit salariés qui, pour remplir la mission principale de la Ligue, mettent en place de nombreuses actions telles que des stages de formation, des actions de sensibilisation, le développement d'un pôle universitaire et d'un pôle France permettant aux jeunes badistes prometteurs d'atteindre le haut niveau, le soutien aux clubs de la région, ainsi que l'organisation de nombreuses compétitions d'ampleur variable.

C'est dans ce contexte d'organisation de compétition que s'ancre notre étude sur la mise en place d'un plan d'animation territorial. En effet, la Ligue est un organe déconcentré de la FFBaD*, elle doit donc mettre en place un Projet Sportif Territorial inspiré par le projet fédéral et s'appuyant, entre autres, sur les orientations fédérales et les Directives Techniques Nationales. Le tout, en s'adaptant aux spécificités de son territoire et en représentant le badminton auprès de toutes les autorités publiques. Les principes fondamentaux soutenus par la Ligue sont l'éco-responsabilité, la solidarité ainsi que le civisme et l'exemplarité. Elle est également en quête de l'extension continue de la pratique. Un retour d'expérience positif des licenciés, des bénévoles et du public est la principale condition de qualité et de réussite du développement. Dans son projet de développement, la Ligue prend en compte l'importance du développement durable dans la pratique. Ce dernier doit être promu durant les événements, notamment via des démarches de labellisation « Il paraît incontournable de jouer le rôle éducatif auprès du public en le sensibilisant aux enjeux écologiques via, par exemple, des comportements respectueux de l'environnement »⁷.

La revue de littérature réalisée dans la première partie de ce mémoire nous a montré les bienfaits du sport sur la santé, mais également sur le développement social. Le projet développement de la Ligue a également valorisé cette utilité du sport « Le sport et le badminton sont un des outils majeurs d'intégration. Les événements sportifs ont toujours un impact social important. Ils marquent les mentalités, encouragent le travail en collectivité, libèrent les idées mais ils peuvent aussi être à l'origine de déplacements de population et de manifestations. ».

⁶ Statuts de la Ligue Nouvelle-Aquitaine de Badminton, 2016

⁷ PROJET LIGUE NOUVELLE-AQUITAINE DE BADMINTON 2021-2024 « 2021-2024 – Lancement d'un nouveau Badminton en Nouvelle-Aquitaine »

C'est dans ce contexte de développement de l'impact du sport sur la société qu'apparaît le concept de Plan d'Animation Territorial. Ce dernier consiste à mettre en place des actions annexes durant les compétitions, avec pour rôle d'élargir la cible des personnes touchées par ces événements et ainsi, via des actions de promotion et de sensibilisation, de développer plus efficacement et plus particulièrement le badminton sur le territoire⁸.

2.1. Panorama des objectifs du Plan d'Animation Territorial

2.1.1. Les objectifs définis par la FFBaD

Selon la Fédération, la mise en place d'un PAT peut se faire de différentes manières. En effet, il existe plusieurs types de publics à intégrer au projet. Tout d'abord, il est nécessaire de préciser que selon la FFBaD, ces plans peuvent être divisés en deux groupes selon le type d'action.

2.1.1.1. Les actions de promotion

Nous retrouvons d'un côté les « actions de promotion » qui ont pour objectif de faire connaître les clubs organisateurs et ainsi attirer de nouveaux licenciés. Le but est alors de donner envie aux personnes présentes lors de ces actions de s'inscrire dans le club, puis de les accompagner tout au long de leurs débuts en tant que joueur afin de leur permettre de vivre une bonne expérience du badminton, et ainsi de les fidéliser.

Afin d'attirer le plus de licenciés potentiels possible, il est nécessaire de mettre en place des événements conviviaux ou originaux. La Fédération recommande notamment la mise en place de « journées portes ouvertes » ou encore « les nuits du badminton », chacune orientée vers une cible au choix de l'organisateur, « les familles », « les scolaires » ou encore « les partenaires »⁹.

Le recours à de telles actions, engendre des retombées pour le club qui ne se limitent pas à une augmentation du nombre de licenciés. Les clubs ont notamment, via leur dynamisme et leur implication dans la vie locale un plus grand pouvoir d'incitation auprès des communes, ce qui peut leur permettre d'obtenir davantage d'aide ou de créneaux sur les gymnases.

Voici une liste non exhaustive des avantages constatés par la fédération lors de l'organisation de ce genre d'événement.

⁸ Guide de l'animation territoriale FFBaD

⁹ Guide de l'animation territoriale FFBaD

Tableau 1 : avantages retirés par la mise en place d'animations au sein des structures de badminton

Avantages pour le club concernant les licenciés	Avantages concernant l'influence du club
Mixité sociale et intergénérationnelle	Permet la promotion du badminton
Nouveau public amateur	Attirer de nouveaux partenaires grâce au dynamisme engendré
Passerelles entre licenciés « loisirs » et « compétiteurs »	Etablir des partenariats avec le monde scolaire
Toucher les familles des joueurs notamment lorsqu'il s'agit d'enfants (parents bénévoles...)	Augmenter la notoriété du club
Fidélisation des licenciés grâce à des événements conviviaux	Faire découvrir le badminton à de potentiels partenaires éloignés

Source : FFBaD

2.1.1.2. Les actions de développement

D'un autre côté, la fédération incite à mettre en place des « actions de développement », qui ont pour mission de permettre aux clubs d'occuper une place plus importante au sein du territoire dans lequel il se situe. Comme présenté dans la partie 1 de cette étude, le sport est un outil de plus en plus utilisé dans divers domaines, le badminton (fédération, ligues, comités et clubs) mettent notamment en avant le développement de la cohésion sociale¹⁰. Les structures organisatrices d'évènements ont donc intérêt à se saisir de ces bienfaits afin de montrer l'importance de leur travail aux autres acteurs du territoire. Selon la FFBaD, « Le sport évolue en lien avec les attentes de la société, il ne s'agit plus pour un club de se positionner uniquement sur un champ sportif et compétitif. Désormais, pour être connu et reconnu, le club se doit de s'inscrire dans ces politiques publiques pour exister et obtenir des financements. Le club doit avoir un vrai ancrage territorial et répondre aux besoins de la population d'un territoire. »

Les projets soutenus en priorité sont ceux axés sur le thème de la lutte contre la violence et les discriminations, la santé, le développement durable, l'éducation ainsi que l'intégration sociale¹¹. La ligue ainsi que le club ASCPA (Association Sportive et Culturelle Pessac Alouette*) qui l'accompagnera dans la mise en place de l'évènement sur lequel nous travaillons ont donc tout intérêt à mettre en place des actions permettant de développer les thèmes présentés ci-dessus. Dans un premier temps, ce seront les pratiquants qui profiteront des activités organisées. Cela leur permettra de développer leur conscience sportive afin de mieux l'intégrer à long terme dans leur vie. Dans un second temps, la ligue et le club pourront à leur tour profiter

¹⁰ Présentation de l'éthique du badminton par la FFBaD : <http://www.ffbad.org/badminton-pour-tous/tous-au-bad/bad-partout/bad-et-ethique/>

¹¹ Guide de l'animation territoriale FFBaD

des avantages de la mise en place de ces actions, sous la forme de subvention ou autres bénéfiques possiblement attribués par les instances publiques.

Selon la FFBaD, les avantages retirés de ces actions de développement menées sur le thème du « Badminton en quartiers sensibles », du « badminton pour les personnes en situation de handicap », du « badminton au féminin » ou encore du « Badminton pour les séniors » sont très nombreux et présentés de façon non exhaustive dans le tableau ci-dessous :

Tableau 2 : avantages retirés par la mise en place d’actions de développement

Avantages pour les cibles	Avantages pour le club
Permettre aux cibles de mieux s’insérer socialement	Débloquer davantage de subventions
Découvrir une activité sportive	Valoriser le club grâce à son implication
Créer de nouveaux liens sociaux avec les autres pratiquants dans un cadre sécurisé	Développer de nouvelles activités telles que le handibad ou encore le sport en entreprise
	Augmenter le nombre de licenciés liés aux nouveaux créneaux
	Créer des passerelles avec les établissements spécialisés du territoire (écoles, hôpitaux, maisons de retraite...)

Source : FFBaD

Comme nous venons de le voir via ces deux tableaux récapitulatifs, les actions de promotion et de développement permettent à la structure les mettant en place, au travers de plusieurs thèmes, d’augmenter son influence, tout en permettant aux pratiquants de se sociabiliser au travers de ces activités.

Selon les recommandations de la FFBaD, la Ligue et le club ASCPA ont tout intérêt à développer ce genre d’action dans un souci d’accroissement de leur attractivité. Bien que des actions de cette sorte soient déjà mises en place par ces deux structures, il semblerait intéressant de profiter de l’organisation d’une compétition regroupant un nombre important de joueurs ainsi que des spectateurs, afin de proposer des actions de développement en mesure de toucher un public large.

Du 25 au 28 août 2022, la LNAB, en partenariat avec le club ASCPA organise une compétition de niveau Européen de badminton, labellisée Future Series par BE, comme présenté en introduction. Il s’agit du niveau le plus accessible de compétition européenne. Cette dernière regroupera des joueurs évoluant aux alentours de la 150^e place mondiale. Cet évènement s’intitule « Victor Future Series Nouvelle-Aquitaine 2022 ». La ligue a décidé, en s’appuyant sur l’analyse de la FFBaD présentée ci-dessus, de mettre en place un Plan d’Animation Territorial autour de sa manifestation. Le principe étant non pas de proposer uniquement une

compétition sportive, mais davantage un évènement regroupant de multiples actions de promotion et de développement tout au long des quatre jours que durera cette compétition.

Après avoir analysé les objectifs mis en avant par la FFBaD concernant la mise en place de ce type d'actions, nous allons, au travers d'entretiens semi directifs recueillir les avis des principaux acteurs impliqués dans l'organisation de cette compétition.

2.1.2. Les objectifs définis par les organisateurs

Afin de mieux cerner les raisons pour lesquelles la LNAB a décidé de mettre en place un PAT à l'occasion de cette manifestation, nous nous intéresserons, via un entretien semi directif, au point de vue du directeur de la Ligue, M. Meunier, ainsi que ceux de M. Komilkiw et de M. Cajot qui ont de l'expérience dans le recours à ce type d'actions. Ces avis pourront ainsi être mis en relation avec des entretiens réalisés avec des parties prenantes impliquées dans le projet, ainsi que les attentes du public, recueillies grâce à un questionnaire.

Les réponses apportées par les dirigeants de la Ligue et les organisateurs expérimentés, nous permettront de cerner concrètement les objectifs d'un PAT, grâce à la mise en parallèle de ces témoignages avec les objectifs définis par la FFBaD (cf, 2.1.1).

2.1.2.1. Les anciennes compétitions

Afin d'obtenir un référentiel de base concernant la mise en place d'un PAT, nous allons nous intéresser en premier lieu aux témoignages de responsables de PAT sur d'anciennes compétitions afin de pouvoir comparer leurs objectifs ainsi que leur ressenti avec les objectifs actuels des responsables de l'organisation du Future Series à Pessac. Le premier entretien a été réalisé auprès de M. Komilkiw (Annexe 1), Conseiller Technique National (CTN*) auprès de la FFBaD, positionné référent plan d'animation territorial Haut de France pour les championnats d'Europe de Lievin de 2020. Le second entretien de cette catégorie de répondants a été réalisé auprès de M. Cajot (Annexe 2), président du comité départemental de Dordogne et responsable de l'organisation du championnat de France de Boulazac de 2022. La première question de cet entretien abordait la définition générale d'un PAT afin de pouvoir cerner plus efficacement le sujet. Voici les deux réponses concernant la définition d'un PAT

M. Komilkiw :

« Un outil devant répondre à deux plans : un avant pour faire parler de la discipline, pour inciter les gens à aller sur l'événement, avec pour objectif de générer de l'activité ou récupérer des licenciés, puis en un après, pour générer un héritage partenarial, structurel et pour asseoir le badminton sur le territoire »

En ce qui concerne l'origine de la volonté de mise en place du PAT, les deux réponses sont similaires. Pour ce qui est des championnats d'Europe, la proposition est venue de M.Komilkiw, CTN auprès de la FFBaD. Il a présenté le projet aux élus, qui ont été satisfaits par les scénarios proposés. Du côté du Championnat de France, l'idée a été soumise par la FFBaD, les organisateurs ont vu au travers de ces actions, un moyen de communication efficace, ils ont adhéré à cette proposition.

Les cibles à toucher en priorité grâce à ces actions sont plus ou moins étendues en fonction des volontés de la structure organisatrice. Le détail des réponses apportées par les responsables interrogés est repris dans le tableau ci-dessous :

Tableau 3 : cibles principales du PAT du championnat d'Europe de Lievin et du Championnat de France de Boulazac

M. Komilkiw	M. Cajot
Cible 1 : Scolaires	Cible 1 : Tous le monde, licenciés ou non
Cible 2 : Personnes en situation de handicap	Cible 2 : Personnes en situation de handicap
Cible 3 : Femmes	
Cible 4 : Jeunes issus de QPV	
Cible 5 : Clubs non affiliés	

Sources : entretiens réalisés dans le cadre de cette étude

Comme nous le montre ce tableau, les publics à intéresser sont similaires entre les deux compétitions, mais plus spécifiques lors du championnat d'Europe. Cela demande la création d'actions plus ciblées et limite par voie de conséquence l'importance de la population interpellée.

En ce qui concerne les partenaires à intégrer au projet de Plan d'Animation Territorial, les réponses de M.Komilkiw et de M. Cajot ont présenté des similarités. Les deux évènements ont intégré en tant que partenaires, le département dans lequel se déroule la compétition (ainsi que les départements limitrophes pour le championnat d'Europe), les différentes communes où seront mises en place les actions, les écoles de ces communes ainsi que l'UNSS. A la différence du championnat d'Europe qui travaille davantage avec les missions sociales des villes abritant des Quartiers Populaires de la Ville (QPV*) ainsi qu'en partenariat avec la DRAJES pour ce

qui est des animations pour personnes en situation de handicap, le championnat de France n'a pas quant à lui établi de partenariats avec des structures de ce type, mais plutôt avec le Comité Départemental Olympique et Sportif (CDOS*) de Dordogne.

Le dernier point de l'entretien traitant des objectifs d'un PAT concerne les retombées attendues au bénéfice de la structure organisatrice. Les deux responsables interrogés ont donné des réponses orientées dans le même sens, celui du développement des structures proposant du badminton sur le territoire. Les réponses fournies sont les suivantes :

M. Komilkiw :

« Le but est de vendre l'activité, la faire découvrir (jeunes éloignés de la pratique), mettre en activité le public, leur faire vivre l'expérience de la compétition de Haut niveau. Puis faire en sorte qu'ils se licencient. Le plus compliqué étant de leur faire franchir le pas, il faut leur donner envie de venir.»

M. Cajot :

« Toutes ces animations nous ont permis de donner de la visibilité au CDF et de vendre des places pour venir voir les matchs. Il a contribué à la prise de décision de certains de nous accompagner financièrement. »

Grâce à ces deux entretiens, et sous l'éclairage des préconisations de la fédération, nous sommes en mesure de cerner les objectifs relatifs à la mise en place d'un PAT. Notre étude portant sur la mise en place de ces actions autour de la compétition « Victor Future Series Nouvelle-Aquitaine », organisée par la LNAB, nous pourrons ainsi comparer les réponses fournies par les organisateurs précédemment évoqués avec la vision des responsables de la compétition à venir en Nouvelle-Aquitaine.

2.1.2.2. Le Victor Future Series Nouvelle-Aquitaine

Après avoir analysé les réponses aux questions posées aux organisateurs de compétitions passées, nous allons nous intéresser à la compétition mise en place sur le territoire Néo-Aquitain par la Ligue. Pour cela, nous allons nous arrêter sur les réponses apportées par M. Meunier (Annexe 3), directeur de la Ligue, et référent de l'organisation de la compétition. Ainsi, nous pourrons analyser la direction prise par ce PAT en le comparant avec les réponses apportées par M. Komilkiw et M. Cajot. Tout d'abord, il est intéressant de préciser les enjeux liés à l'organisation de cette compétition. Selon M. Meunier, ces enjeux sont en premier lieu territoriaux, le but de cette compétition étant d'attirer des joueurs de haut niveau français, européens et mondiaux sur le territoire Néo-Aquitain, ce qui permettra d'augmenter la reconnaissance de la région en tant que lieu important du badminton. Le second enjeu est d'augmenter la culture du badminton sur le territoire grâce à la mise en place d'actions au travers d'un PAT.

La définition du PAT donnée par M. Meunier s'inscrit dans la lignée de celles proposées par les autres personnes interrogées. Selon lui, il s'agit « d'un projet d'animation autour d'une manifestation sportive, son but est de transformer une compétition en événement sportif. L'objectif d'un PAT est d'apporter des actions structurantes pour l'organisateur. »

L'objectif prioritaire souligné par M. Meunier lors de cet entretien est celui concernant la mise en avant de la pratique du badminton sur le territoire, afin de toucher les non-licenciés et de faire connaître le club partenaire de l'évènement. Afin de remplir cet objectif, il est nécessaire de connaître les cibles à intégrer à ces actions. Dans le cadre de cette compétition, les cibles prioritaires sont :

- Les acteurs locaux (commune, club, entreprises...)
- Les licenciés en ce qui concerne les formations
- Les non licenciés pour faire connaître l'activité
- Les entreprises afin de « poser les bases de relations futures »
- Les structures publiques

Pour être en mesure d'atteindre ces publics, il est nécessaire d'intégrer des parties prenantes au PAT, cela permet ainsi à la Ligue de multiplier ses réseaux de communication afin d'atteindre les cibles sélectionnées. Les parties prenantes mises en avant par M. Meunier lors de l'entretien sont en premier lieu la commune de Pessac, où se situera l'évènement. Grâce à ses services, centres sociaux, centres de loisir et de vacances et également grâce à ses intervenants notamment auprès de la jeunesse, elle pourra être en mesure de relayer les informations et ainsi toucher des publics éloignés de la pratique. Les entreprises des alentours, au travers de leur investissement, et grâce à leur soutien seront également des appuis importants. D'autres acteurs incontournables lors de la mise en place d'un évènement de la sorte selon M. Meunier sont les partenaires financeurs tels que la région, Bordeaux Métropole, l'Agence Nationale du Sport qui soutiennent l'évènement grâce aux subventions, ainsi que les partenaires non-financeurs mais structurants tels que le Comité Régional Olympique et Sportif (CROS*), le CDOS, les intervenants d'associations solidaires, ou encore les sociétés partenaires.

Grâce à cette dynamique créée au travers du PAT, M. Meunier souhaite que les retombées sur la Ligue soient les suivantes : « C'est une première pour la ligue en tant qu'organisateur principal sur cet évènement, cette compétition sur une édition ne sera pas la plus porteuse, il faut de la récurrence pour avoir un réel impact. Mais nous espérons une mise en avant, une augmentation de la connaissance de l'activité, une augmentation de la culture badminton de Haut Niveau des licenciés. »

Les résultats de ces entretiens ont permis de mettre en avant la vision de différents organisateurs concernant la mise en place d'un PAT. Nous pouvons constater que les objectifs sont relativement similaires, la motivation principale à l'utilisation de cet outil étant de développer la pratique auprès de différents publics. Les personnes ciblées peuvent cependant varier selon la compétition et la volonté politique de la structure en charge de la mise en place du PAT. A propos des acteurs concernés par sa mise en place, les responsables interrogés ont principalement cité les secteurs territoriaux et privé non marchand (cf partie 1) en tant que partenaires pour les actions mises en place. En ce qui concerne les Championnats d'Europe de

Lievin et le Future Series de Pessac, tous deux intègrent des structures étatiques décentralisées à leur organisation (DRAJES et ARS). De son côté, la LNAB et les organisateurs du Championnat de France 2022 ont également pour ambition principale d'intégrer des acteurs du secteur privé marchand au sein de son PAT afin de développer son réseau de partenariat.

Tableau 4 : partenariat entre les organisateurs et les grandes familles d'acteurs du monde sportif

Championnats d'Europe de Lievin 2020	Championnat de France de Boulazac 2022	Future Series de Pessac 2022
USEP / UNSS / FFSU	CDOS24	CDOS / CROS
Direction des services départementaux de l'Éducation nationale	Communes	Commune
Clubs de badminton	UNSS	Associations sociales
Ecoles primaires	Lycées	Club de badminton
Direction départementale de la Protection Judiciaire de la jeunesse	Département	Partenaires Privés
Délégation régionale académique à la Jeunesse	Partenaires Privés	Délégation régionale académique à la Jeunesse
Communes	Ecoles primaires	Agence régionale de santé
Associations sociales	Clubs de badminton	
Pas d'acteurs Privés	Pas d'acteurs Etatiques	Tous les acteurs du territoire sont représentés

= Acteurs Etatiques
 = Acteurs privés
 = Acteurs publics
 = Acteurs privés non marchands

Source : entretiens réalisés dans le cadre de cette étude

Comme nous pouvons le constater grâce à ce tableau récapitulatif, toutes les catégories d'acteurs intervenant sur le territoire peuvent être intégrés au PAT, mais les organisateurs font le choix de tous les intégrer ou non.

2.2. La mise en place du PAT

2.2.1. Les actions concrètes prévues pour ce PAT

La mise en place d'un PAT permet donc de répondre à des objectifs liés à la fonction de la Ligue, à savoir, le développement de la pratique sur le territoire Néo-Aquitain. Comme nous avons pu le voir dans la partie 2.2.1, la mise en place de ces actions de développement doit répondre aux divers enjeux mis en avant par les différentes parties prenantes. Les actions à développer doivent être réfléchies en fonction des enjeux relevés, des potentiels freins identifiés, tout en s'adressant aux cibles prédéfinies.

Nous nous appuyerons sur les documents recueillis auprès de la Ligue lors de mon service civique, afin d'analyser les actions mises en place dans le cadre de ce PAT, celui-ci constitue une des missions principales de ma période de volontariat auprès de cette structure. Il s'agit donc d'une analyse en interne de documents mis en place spécialement pour cette occasion.

Les différentes actions mises en place dans le cadre de ce PAT sont axées sur le principe du développement durable. En effet, la FFBaD a adopté depuis 2013, dans son projet « Badminton 3.0, objectif club » trois objectifs prioritaires, dont le développement durable fait partie. La ligue étant un organe déconcentré de la fédération, elle a pour mission de développer la pratique sur le territoire, tout en respectant les orientations définies par la fédération. Le projet fédéral concernant le développement durable se divise en trois axes majeurs, le premier consiste à sensibiliser, informer, former et encourager le développement des projets auprès des ligues, comités et clubs affiliés. Le deuxième axe de ce projet concerne les manifestations telles que le Future Series de Pessac, il veille à ce que ces événements soient organisés de manière éco-responsables. Le troisième et dernier axe concerne les instances dirigeantes, il veille à prendre en compte le développement durable dans le fonctionnement fédéral¹².

Compte tenu de la nature du projet, son organisation respectera donc en priorité le deuxième axe du projet fédéral, « la FFBaD entend poursuivre et accroître ses efforts vers un développement durable, dans les différentes dimensions de celui-ci ». Le Développement Durable (DD*) est connu grâce à sa définition présentée par Mme Gro Harlem Brundtland en 1987 « un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs ». La notion de DD a été officialisée en 1992 au sommet de la Terre à Rio et il repose sur trois piliers :

- Economique
- Ecologique
- Social

¹² Faire du badminton un sport au cœur du Développement Durable (DD) <http://www.ffbad.org/espaces-dedies/developpement-durable/presentation/>

La compétition organisée par la Ligue étant orientée vers le développement durable, nous allons donc analyser les actions mises en place au travers du PAT en fonction des différents axes du Développement Durable.

Selon le projet de la Ligue, pour répondre à cette dynamique durable, les diverses actions seront mises en place de deux manières. D'un côté se regroupent les actions directement menées par la Ligue via ses propres moyens, tandis que de l'autre côté se classent les actions menées en relation avec des associations ou entreprises impliquées dans la démarche durable¹³. La catégorie des actions directement menées par la Ligue peut prendre la forme de documents d'information relatifs à la bonne conduite lors de la manifestation, de règlements annexes relatifs au DD, de messages d'information et de sensibilisation au travers des différents canaux de communication, ou encore des réunions ainsi que des briefings à ce sujet.

Afin d'intégrer des actions durables au sein de son événement, la Ligue se base sur la « charte des engagements éco-responsables des organisateurs d'événements » rédigée par le World Wide Fund for Nature (WWF*) et le Ministère des sports.

Tableau 5 : charte des engagements éco-responsables des organisateurs d'évènement à N1

Limiter et mesurer l'impact environnemental	Pour lutter contre les discriminations
Proposer 50% de l'offre alimentaire durable	1 Programme d'actions contribuant à la construction d'une société plus inclusive
60% des déplacements en mobilité durable / suppression de 65% des trajets en avions réalisables en moins de 5h par un autre moyen	1 Action visant à réduire les inégalités de genre
Réduction de 25% du plastique à usage unique	1 Programme d'action dédié aux personnes en situation de handicap
Préserver 100% des espaces verts concernés par l'évènement	1 Engagement dans une cause solidaire
60% de la consommation énergétique maîtrisée	Pour informer, sensibiliser et former
Agir pour une économie plus responsable	Gestion responsable des bénévoles
1 politique d'achat responsable	Mobilisation autour des enjeux de l'écoresponsabilité événementielle
25% des sponsors impliqués dans l'atteinte des objectifs de la charte	
1 Etat des lieux réalisé sur l'emprunte numérique	

Source : la charte des 15 engagements Ecoresponsables des organisateurs d'événements à horizon 2024

¹³ Engagements de la Ligue Nouvelle-Aquitaine de Badminton concernant le développement durable

2.2.1.1. *Le versant social*

Selon le ministère de l'emploi et de la solidarité en 2001, le versant social du développement durable peut être défini comme « ... un ensemble d'initiatives économiques à finalité sociale qui, bien que revêtant des formes diverses, reposent sur une même logique. Il s'agit de répondre prioritairement à des besoins sociaux, produire des biens ou des services mettant activement à contribution des populations locales et contribuer à faire émerger de nouvelles régulations économiques et sociales c'est-à-dire des modes collectifs et démocratiques de gestion des entreprises et du développement. »

Selon cette définition, afin de développer le rôle social de son évènement, la LNAB peut mettre en place des initiatives dans le but de répondre à des besoins sociaux tels que l'accessibilité du sport pour tous ainsi que la participation au développement du sport pour tous.

La LNAB s'est appuyée sur cette définition afin de développer son PAT, c'est pourquoi, sur le plan social la priorité est mise sur l'implication des publics éloignés de la pratique au sein de l'évènement. Pour cela, différents partenariats sont prévus tout au long de la compétition avec des objectifs spécifiques à chacun. Voici la liste de ces différents :

- L'Association Sportive et Culturelle Pessac Alouette (ASPCA) aidera la LNAB dans l'organisation de créneaux d'initiation auprès de publics éloignés de la pratique grâce à ses propres encadrants. Le but de ce partenariat est de proposer plusieurs créneaux en amont de la compétition à des jeunes de quartiers populaires, à des séniors ou encore à des personnes en situation de handicap afin de leur permettre de découvrir la pratique du badminton en club ainsi que les bienfaits du sport sur leur santé.
- Les structures en charge des différents publics éloignés de la pratique telles que des centres de loisir, des centres sociaux, des Maisons des Jeunes et de la Culture, ou encore des structures spécialisées dans l'accueil de séniors. Ces partenariats auront pour objectif de permettre aux bénéficiaires de ces structures, qui n'ont pas souvent accès à la pratique du badminton, de réaliser une séance d'initiation auprès du club ASCPA avant le début de l'évènement, puis de venir assister aux matchs de haut niveau grâce à des invitations de la part de la Ligue pour les phases finales. Le partenariat permettra au club ASCPA de proposer une animation tout en s'appuyant sur l'encadrant salarié de la structure pour que l'animation se déroule dans de bonnes conditions.
- Le CROS Nouvelle-Aquitaine et le CDOS 33 seront impliqués dans le versant social de notre évènement grâce au prêt de matériel de communication sur le thème de l'inclusion par le sport, le sport santé ou encore les valeurs de l'olympisme.
- Les structures proposant des actions de sensibilisation sur le thème des dangers présents dans le sport. Le sujet des violences physiques et sexuelles dans le sport étant de plus en plus prégnant « le temps du silence est terminé »¹⁴, la Ligue souhaite développer, par

¹⁴ Roxana Maracineanu dans La lettre de l'économie du sport N°1509 du 18 mars 2022

le biais d'une action de sensibilisation, la conscience collective des joueurs, accompagnants et encadrants afin de lutter contre les dérives.

- La région en permettant la mise à disposition de jeunes volontaires au Service National Universel (SNU*). La ligue proposera en effet à des jeunes volontaires du SNU de venir soutenir la compétition tout en leur proposant de suivre une formation de juge de ligne, ils pourront de cette manière plus facilement s'intégrer au monde du bénévolat sportif, et plus particulièrement du badminton, et ainsi créer un dynamisme porté par les jeunes bénévoles.

Ces actions, relatives au versant social du Développement Durable ont donc pour rôle de permettre au plus grand nombre de personnes de découvrir les valeurs du sport et les bienfaits que ce dernier peut leur apporter. De plus, pour toutes les personnes qui le souhaitent, la Ligue leur permet de s'impliquer dans le projet, notamment en tant que bénévole. Le bénévolat est en effet un moyen efficace de socialisation, il permet la réduction des risques de dépression, réduit le stress et permet même d'apporter des effets positifs à la santé des bénévoles¹⁵. La Ligue espère également, au travers de ces actions, impacter positivement la population des alentours, en développant leur curiosité à l'égard du badminton et plus généralement de la pratique sportive.

2.2.1.2. *Le versant écologique*

Du côté écologique, différents partenariats seront mis en place afin de limiter au maximum l'impact de la compétition sur l'environnement.

- Un partenariat avec la ville de Pessac qui est engagée dans la démarche de développement des pratiques sportives permettra à la Ligue de profiter du matériel mis à disposition par la mairie afin de ne pas acheter des objets utilisés uniquement à l'occasion d'évènements ponctuels. Des bacs à déchets recyclables seront également mis à disposition par la mairie afin d'assurer le tri sélectif.
- Des entreprises et des associations profitent de l'élan vers le développement durable du monde du badminton pour s'y engager également. C'est le cas de l'association Solibad, qui s'est donné comme mission de revaloriser le matériel de badminton non utilisé par les joueurs afin de le transmettre à des populations dans le besoin, qui peuvent ainsi à leur tour profiter des bienfaits de la pratique du badminton. Cette action s'inscrit également dans la démarche sociale du DD. En ce qui concerne les volants très souvent en bon état après avoir été changé, ils seront donnés au club ASCPA afin qu'il les utilise dans son école de badminton. Lors des matchs de haut niveau, les joueurs en utilisent entre 5 et 20. En ce qui concerne les boîtes de ces volants, elles seront revalorisées

¹⁵ Résultats particulièrement mis en avant à partir de 40 ans selon une étude réalisée sur 66.000 personnes au Royaume Unis « *Association of volunteering with mental well-being: a lifecourse analysis of a national population-based longitudinal study in the UK* » (Tabassum, Mohan, Smith, 2016)

grâce à un partenariat avec l'entreprise pessacaise BOITE A p'ART qui les personnalise grâce à un travail de marqueterie.

2.2.1.3. Le versant économique

Afin de développer le versant économique du DD, la Ligue souhaite également mettre en place des partenariats avec différentes structures. Le but est de développer autant que possible l'économie locale ainsi que l'économie « sociale et solidaire » dont le but est de répondre à des besoins d'intérêt général tout en créant de l'emploi et développant la cohésion sociale (associations, sociétés commerciales d'utilité sociale...). En ce qui concerne les acteurs économiques locaux, la Ligue souhaite les mettre en avant au travers de partenariats leur permettant d'obtenir des retombées grâce à l'évènement.

Les trois versants du DD interagissent entre eux, ce qui permet, en les prenant en compte, de créer des actions durables sur les différents axes prioritaires au développement de la pratique. Dans le cadre de la mise en place de ces actions, la Ligue travaille à l'obtention de plusieurs labels permettant d'attester de l'implication de cette dernière en matière de DD. Ces labels sont le « écobad » proposé par la FFBA D, montrant l'engagement de l'organisateur de l'évènement dans la démarche durable ainsi que le label « développement durable le sport s'engage » mis en place par le CNOSF dans la même dynamique que le « Ecobad ». La Ligue a donc conçu une multitude de documents visant à détailler la procédure qui permet d'obtenir ces labels (Annexe 4)

A la fin de l'évènement, la Ligue a prévu de dresser un bilan afin de recenser les points positifs ainsi que les aspects négatifs des actions mises en place, cela lui permettra de comparer ces résultats avec les objectifs fixés en amont de la compétition et d'être en mesure de mettre en place une stratégie d'amélioration pour la prochaine édition de l'évènement. Ce bilan sera en particulier réalisable grâce à une fiche critères établie antérieurement à la compétition.

3. Des enjeux et des freins à prendre en compte

Comme nous avons pu le voir dans la deuxième partie de cette étude, le PAT est un outil utile à la promotion de la structure organisatrice lors d'un évènement. A l'aide des avis recueillis auprès des organisateurs, il serait intéressant de comprendre les attentes des organismes concernés par ce projet, des potentiels freins rencontrés par les organisateurs ainsi que des vœux du public participant à l'évènement. Afin de recueillir ces témoignages, nous mettrons en place des entretiens avec quelques-unes des parties prenantes impliquées ou susceptibles de l'être dans le PAT relatif au Victor Futur Series Nouvelle-Aquitaine, ainsi qu'un questionnaire à destination des licenciés du territoire.

3.1. Les attentes des parties prenantes

Afin de comprendre plus précisément les enjeux de la mise en place d'un PAT, nous allons analyser les réponses de plusieurs parties prenantes interrogées dans le cadre de cette étude. Pour cela, des entretiens semi directifs ont été réalisés avec plusieurs acteurs de ce PAT, les questions concerneront la mise en place de ce dernier, les résultats attendus ainsi que les possibles freins rencontrés lors de sa mise en place.

3.1.1. Les enjeux perçus par les intervenants

Un PAT est donc un outil utile pour le développement de la pratique, mais il nécessite de multiples acteurs afin d'être organisé efficacement. Comme nous pouvons le remarquer dans l'organisation du Future Series, ces acteurs peuvent être des associations, des structures territoriales ou encore des entreprises, tous ayant des enjeux qui leur sont propres.

En ce qui concerne les entreprises, les enjeux sont relativement connus grâce aux études sur le sponsoring et le mécénat. Ces structures souhaitent, au travers de ce type d'évènement acquérir de la visibilité auprès d'un public sensible aux produits qu'ils proposent. Dans le cas de notre étude, c'est le cas de l'entreprise BOITE A p'ARTS, une entreprise Pessacaise spécialisée dans le travail du bois et de la marqueterie, qui produit notamment des boîtes de volant personnalisées grâce à un plaquage en bois. En ce qui concerne ces produits, le cœur de cible est bien sûr constitué de joueurs de badminton, l'enjeu pour l'entreprise est donc la promotion de ses produits auprès du maximum de joueurs et les évènements comme le Future Series en sont un bon moyen. Par ailleurs, cette intégration au sein du PAT permet de mettre en avant une entreprise locale aux valeurs durables (travail du bois de récupération, revalorisation des boîtes de volant).

Du côté des associations, la Ligue a mis en place un partenariat avec le club ASCPA, qui a pour mission d'organiser des actions d'animation de badminton afin de proposer à des publics non pratiquants de s'initier à ce sport. Afin de connaître les enjeux pour ce club, nous avons interrogé M. Lajoie (Annexe 5), salarié de l'association, chargé de mener à bien les diverses actions d'initiation et les entraînements de badminton. Selon lui, les principales actions à mettre

en place afin de développer le club et le badminton sur le territoire sont des initiations auprès des centres de loisirs et de vacances ainsi que des écoles. Le public visé principalement sont les jeunes à partir de huit ans avec un effort particulier à destination des filles. Il s'agit des licenciés les plus importants à fidéliser pour le club. En effet, les jeunes pourront ainsi s'améliorer dans cette discipline en ayant commencé tôt et les filles représentent un public peu présent au sein du club. Grâce à ces activités proposées, le club espère attirer de nouveaux licenciés principalement dans les sections peu représentées et ainsi prouver son dynamisme auprès des différentes structures du territoire, ce qui pourra engendrer diverses retombées positives sur le long terme (subventions, partenariats...).

Pour la commune, les enjeux sont moins directement cruciaux que pour les structures citées précédemment. En effet, la ville de Pessac est déjà une ville très active sportivement, comme l'atteste l'obtention du label « Terre de Jeux 2024 » et du titre de Centre de Préparation au Jeux, qui mettent en avant les communes les plus impliquées dans la vie sportive de leur territoire¹⁶. La commune de Pessac est forte de son service des sports ainsi que de la présence sur son territoire de cent dix clubs proposant plus de cinquante disciplines différentes¹⁷. La variété de cette offre diminue inévitablement l'impact de chaque compétition, elles sont en effet au nombre de 160 organisées chaque année¹⁸. Pour cette raison, nous pouvons penser que le Future Series constitue un enjeu moindre, bien qu'intéressant pour la commune à l'inverse des autres acteurs de plus petite taille. Selon M. Wojdanovicz animatrice au sein du service Pessac Animation, avec qui nous avons réalisé un entretien (Annexe 6), le projet de la Ligue est intéressant, notamment grâce à des actions telles que des ateliers ludiques, des rencontres avec des professionnels ou encore des actions auprès des jeunes éloignés de la pratique. Selon elle, ces actions doivent être particulièrement orientées vers les filles ainsi que les jeunes issus des QPV. Cette vision d'une membre de l'équipe d'animation de la commune est encourageante puisque la mairie de Pessac est un partenaire d'une importance considérable pour l'organisation de cette compétition puisqu'elle met notamment à disposition de la salle omnisports Bellegrave, et prête également du matériel.

La dernière catégorie d'acteurs est composée principalement d'organismes dont l'objectif principal est de favoriser systématiquement l'accès au sport et/ou de permettre au plus de personnes possible d'améliorer leur qualité de vie, et ce par plusieurs moyens. C'est notamment le cas des centres sociaux, ou toutes autres structures telles que des associations à visée sociales permettant aux personnes éloignées de la pratique de s'initier à un sport. Le but poursuivi par ces structures, est plutôt philanthrope et altruiste, il n'est pas lié en premier lieu à une volonté de croissance, mais à accompagner le plus grand nombre dans une démarche d'amélioration de leurs conditions de vie.

Comme nous venons de le voir, les acteurs liés à cette compétition sont multiples comme le sont leurs enjeux. Selon l'expérience de M. Cajot et M. Komilkiw dans ce domaine, les retombées sur les acteurs impliqués sont largement positives. Selon M. Cajot, « Ils ont tous gagné en visibilité grâce à la durée du PAT ce qui en fait un outil essentiel pour les organisateurs

¹⁶ Présentation du label et des villes labellisées : <https://terredejeux.paris2024.org/>

¹⁷ Données issues du site de la ville de Pessac : <https://www.pessac.fr/-1.html>

¹⁸ Guide du sport de Pessac

dans le cadre de la préparation d'un événement majeur. Les partenaires privés ont été très sensibles à cet outil et il a contribué à la prise de décision de certains de nous accompagner financièrement ». Selon M. Komilkiw, « De nombreux bénévoles ont été très satisfaits de la compétition, certains lycées et notamment le STAPS un peu moins. Tous les centres sociaux ou centres pour personnes handicapées ont été très satisfaits et ont remercié l'organisation. A l'issue des championnats, 24 clubs de plus se sont impliqués dans le domaine du parabad. Ainsi que l'affiliation de 5 clubs. Durant la semaine de compétition, il y a eu une journée Sport Handicap qui a été remplie. Une vingtaine de structures médico-sociales se sont rapprochées des clubs. De nombreux partenariats avec des structures s'occupant des jeunes ont été créés. » Toutefois, selon lui, il est difficile de connaître précisément le nombre de nouveaux licenciés ayant été attirés par ces actions.

3.1.2. Les attentes du public

Comme nous avons pu le voir au cours de cette étude, un PAT est un outil mis en place par les organisateurs des compétitions concernées, il intègre plusieurs acteurs indispensables à son élaboration et a pour but de toucher des publics divers. Ces publics peuvent être composés de personnes éloignées de la pratique ou de pratiquants qui souhaitent profiter des activités mises en place en parallèle de la compétition.

3.1.2.1. Les publics éloignés de la pratique

Les entretiens avec M. Lajoie, et M. Komilkiw nous ont montré que lorsque l'on propose des animations de ce type à des publics éloignés de la pratique (enfants, personnes en situation de handicap, jeunes issus de QPV), ceux-ci sont motivés pour y participer. En tant que salarié du club ASCPA et animateur dans ce domaine, M. Lajoie a remarqué que « nous avons très fréquemment des retours positifs de la part des encadrants ». Pour M. Komilkiw, son expérience au cours des Championnats d'Europe de Lievin a montré que « tous les centres sociaux ou centres pour personnes handicapées ont été très satisfaits et ont remercié l'organisation (...) Nous avons pour objectif d'inviter 3000 jeunes tout au long de la compétition, ce sont au final 8000 jeunes qui sont venus. » Ces retours montrent l'engouement des personnes non pratiquantes lorsqu'une initiation sportive leur est proposée.

3.1.2.2. Le public pratiquant

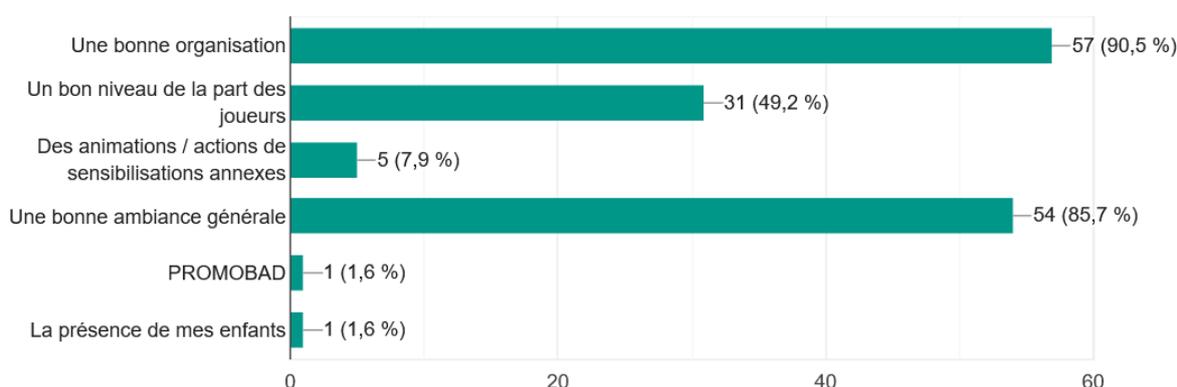
Afin d'obtenir un aperçu de ce que pensent les pratiquants quant à ce type d'actions, nous avons mis en place un questionnaire diffusé auprès des licenciés, les questionnant sur leurs attentes concernant les actions mises en place en parallèle de la compétition (Annexe 7).

Le questionnaire a été complété par 64 personnes, se situant à 90,5% dans la tranche d'âge de 18 à 55 ans, dont 55,6% entre 18 et 35 ans. Parmi ces répondants, 89% pratiquent fréquemment le badminton en compétition et 8% parfois uniquement. Nous retrouvons également un fort pourcentage de personnes assistant à des compétitions en tant que spectateur (81%). Le nombre de répondant n'étant pas suffisamment élevé, ces données ne pourront pas

être considérées comme représentative des licenciés de Nouvelle-Aquitaine, mais peuvent tout de même nous donner quelques indications quant aux ressentis de ces derniers.

Afin d'obtenir davantage de précisions concernant les raisons pour lesquelles les répondants participent ou ne participent pas à des compétitions de badminton, nous pouvons remarquer que deux réponses se démarquent particulièrement. Une bonne organisation de la compétition ainsi qu'une bonne ambiance semblent être les facteurs principaux concernant la participation de ces répondants à une compétition, en tant que joueur et / ou spectateur.

Figure 7 : répartition des réponses à la question « Si vous pratiquez / assistez à des compétitions, que recherchez-vous durant ces dernières ? »



Source : réponses au questionnaire à destination des pratiquants

En ce qui concerne les axes d'amélioration des compétitions de badminton, les répondants ont principalement mis en avant le manque de musique permettant de générer une meilleure ambiance, ainsi qu'un manque d'interactions avec le public.

A propos des animations mises en place en parallèle de la compétition, faisant donc partie du PAT, les répondants ont pu choisir parmi douze possibilités, avec plusieurs réponses possibles, voici le tableau récapitulatif de leurs réponses :

Tableau 6 : Répartition des réponses à la question « quelles animations en plus de la compétition seraient susceptibles de vous intéresser ? » (Chaque personne peut choisir plusieurs réponses).

Vente d'accessoires / cordage	47
Dégustation de produits locaux	38
Atelier de découvertes de marques locales	35
Stand solidaire concernant le recyclage de matériel sportif	29
Animation de <u>Airbadminton</u>	23
Stand d'accompagnement à la création / développement d'associations	18

Atelier sur le développement durable	15
Formation continue	12
Expositions sur les bienfaits du sport	11
Expositions sur les valeurs de l'olympisme	9
Regroupement d'officiels techniques	9
Actions de sensibilisation sur les dérives dans le sport	5

Source : réponses au questionnaire

L'engouement du public interrogé pour ce type d'action, est élevé. En effet, sur les 64 personnes interrogées, dont les réponses s'échelonnent de 0 (pas intéressé par ces actions) à 10 (très intéressé), les résultats nous montrent que 87 % des répondants donnent une note supérieure à 5 concernant leur engouement, et 73% une note comprise entre 7 et 9. Cela montre donc un intérêt certain de la part des répondants quant à la mise en place de ces actions. Cette affirmation est appuyée par les réponses à la question suivante « Auriez-vous plutôt tendance à privilégier les événements mettant en place ce genre d'action ? », 32% ont répondu qu'en effet, ils privilégieraient un événement de ce genre, 38% ont quant à eux affirmé qu'ils les privilégieraient légèrement, et 30% ont répondu non. Cela montre donc que la mise en place d'actions en parallèle de l'évènement aurait tendance à influencer la décision de 70% des personnes susceptibles d'y assister.

La dernière question de cette étude spécifique aux attentes du public permettait à ces derniers de répondre librement quant aux animations qu'ils aimeraient retrouver dans ce type d'évènements. Les réponses obtenues sont variées, mais voici les plus souvent évoquées :

- Des rencontres avec les joueurs
- Des animations ludiques
- Des tests de performance
- Des mini-jeux

Grâce à cette étude, nous pouvons remarquer que le public potentiel des évènements est principalement attiré par une bonne organisation et une bonne ambiance ainsi que par des animations de loisir (dégustation, découverte d'une marque ou d'une pratique, animations ludiques...).

3.2. Les difficultés de mise en place d'un PAT

Bien que la mise en place d'un PAT ait de nombreuses retombées positives sur les organisateurs, mais aussi sur les autres parties prenantes, il n'est pas mis en place lors de toutes les compétitions et peut engendrer des difficultés d'élaboration. Grâce aux entretiens réalisés dans le cadre de cette étude, nous serons en mesure d'observer les différents freins rencontrés par les organisateurs lors de la mise en place d'un PAT.

3.2.1. Les freins rencontrés

Les freins recensés lors de cette étude sont valables dans le monde du badminton mais ne sont pas extrapolables à toutes les autres disciplines car cela dépend de la culture sportive développée dans chaque pratique ainsi que des moyens disponibles au sein de chaque structure.

En ce qui concerne le badminton, les entretiens réalisés ont mis en avant trois freins principaux qui ont impacté significativement l'organisation des compétitions concernées. L'impact du COVID sur la mise en place des actions n'est pas considéré comme un frein dans cette étude, étant donné son aspect temporaire, le fait qu'il ait impacté le monde sportif entier

et ne dépendait de la volonté d'aucun acteur du territoire. Les documents relatifs à la mise en place du PAT des championnats de France 2022 montrent bien que le COVID a empêché de Comité de Badminton de Gironde de mettre en place 16 actions sur les 22 prévues à l'origine. En revanche, cette étude s'intéresse pour l'avenir aux freins de type institutionnels, territoriaux ou organisationnels.

Les trois freins principaux relevés lors de cette étude n'ont pas affecté de la même manière les organisateurs des compétitions interrogés. Un point important est tout de même ressorti lors des trois témoignages. Ce frein commun correspond à la nouveauté de ce concept concernant les compétitions de badminton. En effet, les trois organisateurs interrogés ont souligné qu'il s'agissait de la première fois que leur organisation mettait en place un PAT, ce qui peut compliquer le projet étant donné qu'il faut développer les partenariats avec les acteurs impliqués. En ce qui concerne le Future Series Nouvelle-Aquitaine de Badminton de Pessac, les organisateurs ont pu s'appuyer sur l'expérience du Comité de Badminton de Dordogne ayant mis en place un PAT durant les championnats de France de Boulazac. En revanche, cela ne donne que des exemples d'actions sans permettre de s'appuyer sur les partenariats créés durant la compétition.

Le deuxième point négatif mis en avant durant l'organisation des championnats d'Europe et du Future Series est le manque de ressources humaines à mobiliser sur le sujet. Durant l'organisation des championnats d'Europe, M. Komilkiw était seul à gérer la mise en place du PAT relatif à cette compétition au début du projet puis a été accompagné par une personne par la suite. Selon lui, si une équipe de travail plus importante avait pu être constituée, cela aurait facilité la mise en place de ce projet « Ce qui est important est d'avoir des petits comités d'organisation pour les différentes parties prenantes du PAT, que chaque référent n'ait que quelques interlocuteurs. ». C'est également le cas pour le Future Series de Pessac étant donné que l'équipe d'organisation du PAT se constitue uniquement d'un service civique et du directeur de l'évènement qui est également impliqué dans tous les domaines d'organisation de cette compétition. Le chercheur Richard Hackman, spécialiste en performance des équipes a conclu lors de ses différentes recherches que la taille idéale des équipes de travail se situait entre 4 et 6 membres. Nous pouvons donc constater que les équipes responsables de la mise en place de ce PAT lors des évènements analysés ne sont pas suffisamment étoffées.

Le dernier point négatif recensé lors de ces entretiens concerne le temps attribué à la création de ce type de projet. En effet, la conclusion des différents partenariats avec les structures locales notamment, nécessite beaucoup de temps ce qui associé à la taille réduite des groupes de travail rend les choses très difficiles à mener à bien et entraîne beaucoup de pression.

3.2.2. La fréquence et le contexte de mise en place

Comme nous avons pu le voir tout au long de cette étude, la mise en place d'un PAT est un travail demandant une implication importante de la part de l'équipe d'organisation. Il semble donc intéressant de connaître la fréquence et les conditions de mise en place de cet outil. Nous allons donc nous baser sur les entretiens d'organisateur présentés lors de cette étude, ainsi que sur un entretien réalisé auprès de la Ligue Nouvelle-Aquitaine de Volley-Ball (LNAV B*).

Selon les différentes structures interrogées dans cette étude, le PAT est un outil très efficace pour développer la visibilité d'une structure et d'un événement, mais il nécessite un investissement important. Durant les Championnats d'Europe de Lievin en 2020 M. Komilkiw a mis en place un PAT, ce qui était une première pour la ligue Hauts de France. Selon lui, « il est nécessaire d'investir une somme importante au départ car les clubs auront des retombées sur les licenciés, sur le poids vis-à-vis de l'ANS ou autres subventions, ce qui permettra de faire rayonner la pratique sur le territoire. ».

Il en est de même pour les Championnats de France de Boulazac, il s'agissait de la première fois que des actions de ce type étaient mises en place. Le comité de Badminton de Dordogne a ainsi décidé de « déployer sur son territoire tout un panel de manifestations tout au long de l'année 2020 et ce jusqu'au début de la compétition (initialement prévue du 04 au 07 février 2021 puis repoussée à cause du COVID) permettant de donner une bonne visibilité à cet événement. »¹⁹.

Concernant le Victor Future Series Nouvelle-Aquitaine de Pessac, M. Meunier nous indique que l'élaboration d'un PAT est une première pour la Ligue, il est toutefois possible de prendre comme exemple des actions déjà menées au cours de compétitions telles que le Championnat de France de Boulazac.

Grâce à ces témoignages, nous pouvons remarquer que cet outil n'est pas encore couramment utilisé dans le monde du badminton et qu'il est plutôt réservé aux compétitions importantes. Nous avons donc décidé d'interroger des structures s'occupant d'autres sports afin de comparer les résultats avec ceux obtenus pour le badminton. Pour cela, nous avons réalisé un entretien semi directif avec M. Borella, le directeur de la Ligue Nouvelle-Aquitaine de Volley-Ball (Annexe 8).

Lorsque nous analysons ses réponses, nous pouvons nous rendre compte qu'elles sont similaires à celles recueillies auprès des organisateurs de badminton. A titre d'exemple, nous pouvons voir que selon lui, un PAT est « un plan unifié d'actions permettant de créer une dynamique en sus de la dynamique sportive dans le cadre de son déploiement annuel. ». Il est mis en place dans le but de porter les objectifs de la structure auprès des pratiquants et de leurs accompagnants, ceux-ci étant les cibles principale. Tout comme le badminton, les actions mises en place se composent d'actions de sensibilisation, de lutte contre les dérives et de promotion de la structure. Selon M. Borella, ce type d'action est élaboré au minimum dans le cadre

¹⁹ Contexte du projet présenté dans le document « plan d'animation territorial des championnats de France de badminton 2021 »

d'évènements régionaux, et sont particulièrement développées lors des évènements nationaux et internationaux. Cette réponse rejoint celle de Mme. Wojdanowicz, car selon elle, ce type d'action est à mettre en place durant les évènements les plus importants, puis lors des évènements de moindre ampleur si possible.

Cette comparaison nous permet de nous rendre compte que les PAT sont également mis en place au sein des ligues lors d'autres compétitions, et ce de la même manière. Toutefois, l'exemple recueilli auprès de la ligue de volley-ball montre qu'au sein de leur structure cet outil est plus fréquemment utilisé, et ce depuis plusieurs années, ce qui leur a permis d'ancrer des partenariats solides avec plusieurs structures du territoire. Ainsi, selon le témoignage de M. Borella, les PAT sont relativement rapides à mettre en place étant donné que les partenaires des évènements précédents sont connus et satisfaits de participer à ce développement. La démarche actuelle de la LNAV B concernant le PAT consiste à l'améliorer chaque année en se servant de la base solide déjà établie.

Conclusion

Cette étude a été réalisée dans le but de répondre à une problématique directement liée au travail actuel de la LNAB au sujet de l'organisation d'une compétition internationale, à savoir « qu'est-ce qu'un plan d'animation territorial, quels sont ses enjeux, les structures y ont-elles fréquemment recours ? » Grâce à une analyse des différents acteurs territoriaux, ainsi que des études menées auprès des organisateurs, partenaires et publics, nous avons pu mettre en évidence plusieurs points permettant de répondre à cette problématique.

Tout d'abord, nous avons pu remarquer que tous les acteurs territoriaux sont impliqués dans le mouvement sportif. Chacun est donc susceptible de se rapprocher de la structure organisatrice de l'évènement afin de mettre en place un partenariat. Nous avons ainsi pu remarquer que bien que les objectifs de ces différents acteurs soient différents les uns des autres, ils sont tous intégrables à l'évènement envisagé. La responsabilité du choix des partenariats à leur proposer revient à la Ligue.

Grâce aux différents entretiens réalisés auprès des organisateurs de compétitions, nous avons pu obtenir différentes réponses à la question qui n'est traitée dans aucun travail de recherche sous cet angle, à savoir « qu'est-ce qu'un Plan d'Animation Territorial ? » Les réponses que nous avons obtenues vont toutes dans le même sens, ce qui nous permet de proposer une définition commune : « Un Plan d'Animation Territorial est un projet d'animation mis en place autour d'un événement, permettant de créer une dynamique de développement du territoire sur divers plans tels que l'aspect social ou l'économie locale. Son déploiement a pour objectif de créer un héritage partenarial et structurel pour tous les participants. Il constitue également un outil de communication efficace. » Comme nous avons pu le voir, son déploiement peut se faire en partenariat avec de nombreuses structures du monde sportif, et ce, qu'elles appartiennent au secteur étatique (DRAJES, ARS...), privé (entreprises), privé non-marchand (associations sociales, clubs sportifs, CROS / CDOS...) ou encore au secteur public (communes, écoles...). Le choix de ces partenariats dépend principalement de la volonté politique de la structure organisatrice de l'évènement. Il en est de même pour les publics à intégrer au projet, en effet, les animations mises en place au sein d'un PAT peuvent être adaptées à tous les publics, mais les cibles sont choisies en fonction des volontés politiques des organisateurs. Les témoignages recueillis nous montrent que les publics ciblés en priorité sont fréquemment ceux étant éloignés de la pratique, afin qu'ils découvrent l'activité et s'y intéressent potentiellement sur un plus long terme.

Les enjeux rencontrés par la mise en place d'un PAT sont multiples. Tout d'abord, la structure organisatrice souhaite développer sa présence sur le territoire. Pour cela, elle met en place des partenariats avec différents acteurs et communique autour de son dynamisme et de son engagement dans le développement durable ou la vie sociale du territoire. En ce qui concerne les structures sportives telles que la LNAB, l'objectif est également d'attirer des licenciés au sein des clubs du territoire. Le dernier enjeu concerne l'image de la structure auprès des partenaires financeurs, une image dynamique et impliquée dans le développement du territoire permet entre autres d'obtenir davantage de subventions et de contrats de

partenariats. Les différents intervenants partagent les mêmes enjeux, car il s'agit d'un moyen efficace pour eux de montrer leur dynamisme.

En ce qui concerne le public, les témoignages des organisateurs d'évènements passés nous ont montré que les publics éloignés de la pratique ont tendance à s'impliquer avec entrain dans les activités annexes qui leur sont proposées. En ce qui concerne les pratiquants, le questionnaire mis en place afin de connaître leurs attentes nous a montré que sur une population de 18 à 55 ans, les répondants cherchent avant tout des actions de vente d'accessoires de sport, de promotion d'entreprises locales ou encore de sensibilisation au recyclage du matériel sportif. De plus ils cherchent en priorité une bonne organisation ainsi qu'une bonne ambiance durant les évènements sportifs. Le public concerné par la pratique du sport semble lui aussi attiré par les compétitions mettant en place un PAT puisque 70% des répondants à notre questionnaire affirment privilégier ces évènements.

Au cours de ce mémoire, les différents entretiens ainsi que l'étude réalisée nous ont montré que le PAT est un outil qui attire les pratiquants mais aussi les non-pratiquants lorsqu'il est mis en place. Son développement est donc une initiative efficace pour les structures qui souhaitent augmenter le nombre de leurs licenciés. Il existe cependant des freins qui peuvent gêner certains organisateurs, notamment si leur structure ne dispose pas de suffisamment de ressources mobilisables. En effet, afin d'être développé efficacement, un PAT nécessite un investissement de base important, des ressources humaines mobilisables tout au long du projet ainsi que du temps à lui consacrer. Toutes ces contraintes, combinées au manque d'études sur ce sujet peuvent expliquer pourquoi des structures telles que la Ligue Nouvelle-Aquitaine, le Comité de Badminton de Dordogne, ou encore la Ligue Hauts de France de Badminton dans le cas de notre étude, n'ont commencé à utiliser cet outil que très récemment.

Une fois le premier investissement réalisé lors de la première édition d'un évènement, et si les retombées du PAT sont positives, les éditions suivantes seront plus faciles à mettre en place compte tenu des partenariats déjà existants et des résultats positifs des années précédentes. Tout ceci motivera de nouveaux partenaires à s'intéresser au projet et à le faire fructifier au fil du temps. Un PAT semble donc être un outil efficace pour atteindre les objectifs fixés par les organisateurs d'évènements. Cependant, comme il nécessite un investissement important, particulièrement lors de la première édition, il faut veiller à ce que l'évènement autour duquel il vient s'intégrer soit pérenne, ou si un autre évènement similaire le remplacera les années suivantes. Il est toutefois normal que la première édition engendre des retombées modérées, étant donné qu'il s'agit d'un outil sensible à l'expérience des organisateurs dans ce domaine, à moins qu'ils n'y investissent un budget ou des moyens humains importants. Malgré tout, cet outil semble être très efficace pour le développement d'une pratique.

La Ligue a donc toutes les raisons de se lancer dans le développement de cet outil, mais il est important de garder bien en vue les écueils qu'elle peut être amenée à rencontrer afin de s'en prémunir et de faciliter l'organisation des éditions ultérieures. Une des indications, issue des résultats des entretiens et qui n'a pas été mise en place par la Ligue concerne l'échelonnement des actions menées pour le développement de la pratique. En effet, les autres structures interrogées ont réparti de nombreuses actions tout au long de l'année, ce qui permet d'ancrer plus efficacement ces actions sur le territoire et de travailler avec davantage d'acteurs. En effet, de cette manière, ces derniers peuvent être intégrés à des dates qui leur sont les plus

favorables. Cela aurait peut-être pu permettre à la Ligue de pallier au manque de partenaires publics et privé non marchands moins nombreux à cause de la période estivale durant laquelle se déroule l'évènement.

La LNAB travaille actuellement sur la mise en place d'un PAT, nous avons pu constater au cours de cette étude qu'il s'agit d'un outil efficace pour développer une pratique sur un territoire, et ce, en s'appuyant sur un évènement. La mission principale des Ligues étant de développer la pratique dont elles sont responsables pour permettre au plus grand nombre de personnes de participer, ne serait-il pas intéressant pour ces structures d'intégrer plus fréquemment ce type d'actions autour de leurs évènements, en adaptant l'ampleur du dispositif à la compétition ?

Discussion

Comme nous avons pu le voir au travers de cette étude, le sport est un domaine où de nombreux acteurs interagissent dans le but de se développer, que leurs objectifs soient purement financiers, économiques ou bien encore sociaux. Le sport permet en effet de développer l'influence d'une structure sur le territoire, ou encore d'offrir la possibilité aux populations d'améliorer leurs conditions de vie. Les valeurs véhiculées par le sport sont en effet prisées par les entreprises dans leur marketing via le sponsoring, cela transmet une excellente image de marque, mais le sport représente aussi beaucoup d'intérêt dans le domaine social, ou encore dans le développement territorial. Les structures composant le territoire comprennent de plus en plus l'utilité du sport dans leur développement, c'est pourquoi la LNAB a décidé de profiter de cette opportunité pour mettre en action un outil permettant d'inclure les différents types de parties prenantes autour d'un projet sportif.

Au début de cette enquête, nous avons formulé trois hypothèses. La première mentionnait le fait que les structures en charge de la gestion du sport ne trouvent peut-être pas ce concept de plan d'animation territoriale suffisamment important pour le mettre en place durant leurs évènements. Les entretiens réalisés auprès des différents organisateurs de compétition de badminton, de volley-ball, mais aussi les documents fournis par la FFBaD nous ont montré que les différentes ligues et fédérations ont conscience de l'efficacité de cet outil. Bien que son utilisation dans le monde du badminton ne soit que très récente, les responsables l'ayant mis en place jusqu'alors sont très satisfaits de son efficacité. Compte tenu de ces résultats, nous pouvons dire que cette hypothèse n'est pas validée.

La deuxième hypothèse évoquait le fait que les structures peuvent considérer ce type de plans d'animation comme très important, mais qu'elles ne sont pas à même de le développer pour diverses raisons, qu'il s'agisse d'un manque de moyens, de temps ou un manque de cibles parmi les acteurs territoriaux à toucher. Les résultats qui ont été mis en avant par cette étude ont montré que cet outil est très efficace et qu'il est désormais plébiscité par les organisateurs d'évènements, comme nous avons pu le montrer au travers de nos différents entretiens. En revanche, cette mise en place nécessite un engagement important de la part de la structure organisatrice, particulièrement s'il s'agit de la première fois qu'il est mis en place. Comme nous

avons pu le voir, qu'il s'agisse du badminton ou du volley-ball, la mise en place d'un PAT rencontre des freins liés à l'expérience de la structure dans ce domaine, la ressource humaine mobilisable au sein de la structure, ainsi que le temps disponible pour mettre en place cet outil. Ces résultats montrent donc que les structures ont besoin de ressources pour mettre en place un PAT, ce qui peut limiter les plus petites structures, ou les obliger à utiliser plus de temps pour compenser le manque de ressources humaines. Cette hypothèse est donc validée.

La troisième et dernière hypothèse formulée envisageait que de nombreuses structures se sont malgré tout approprié cet outil et l'utilisent fréquemment. Concernant cette hypothèse, les résultats sont mitigés. En effet, certaines structures telles que la LNAV B ont bien pris la mesure de ces actions et les mettent fréquemment en place. Cependant nous pouvons constater que ce n'est pas encore le cas dans le monde du badminton. Il serait intéressant de mener une étude complémentaire sur un plus grand panel de disciplines afin d'obtenir un échantillon de structures plus vaste. Cette hypothèse n'est donc que partiellement validée au regard de la situation des deux ligues représentées dans l'étude.

La problématique de notre étude nous a amené à nous questionner sur la mise en place d'un Plan d'Animation Territorial autour d'une compétition. Ce sujet s'appuie sur un cadre théorique composé d'études sur le Développement Durable, les Collectivités Territoriales et la décentralisation, ainsi que sur le rôle du sport dans la société. Nous avons pu constater que les résultats obtenus sont en accord avec les études précédemment réalisées sur ces sujets, particulièrement à propos du rôle du sport dans la société. Nos résultats ont montré que le sport joue un rôle majeur, qui permet d'atteindre des publics très variés et de leur apporter une multitude de bienfaits. Nous avons ainsi pu constater que le sport et de Développement Durable étaient liés, notamment grâce aux actions de sensibilisation menées à travers le sport, ce que corrobore les études qui mettent en lumière le rôle éducatif de cette activité. Le sport, via son implication dans le développement durable permet également aux acteurs partenaires de donner une image positive de leur structure (communication autour des différents labels éco-responsables). En ce qui concerne les collectivités territoriales, nos résultats concordent également avec les études précédemment réalisées, notamment sur l'utilisation du sport en tant qu'outil au service du développement territorial. Les résultats de notre étude ont donc confirmé les recherches déjà réalisées sur les différents sujets sur lesquels ce mémoire s'est appuyé.

Les résultats que nous avons pu obtenir au cours de nos recherches semblent être pertinents étant donné qu'ils s'appuient sur de multiples témoignages provenant de responsables de divers domaines. De plus, ces recherches se basent sur une bibliographie complète qui permet de fixer un cadre concret pour le développement des résultats. Ces résultats sont également appuyés par une étude complémentaire à destination des licenciés. Bien que les réponses de ces derniers ne soient pas nombreuses, nous pouvons en retirer une tendance qui nous donne un résultat exploitable bien que non représentatif. Ces résultats montrent que la Ligue met en place efficacement le Plan d'Animation Territorial autour de son événement qu'est le Victor Future Series Nouvelle-Aquitaine. En revanche, la Ligue devrait veiller à développer des actions réparties sur différentes périodes de la saison sportive si elle souhaite améliorer l'impact de ses PAT sur les prochaines éditions de ses compétitions. Cela permettra de pallier aux freins liés à la date de la compétition.

Malgré tout, cette étude montre des limites, en effet l'évènement autour duquel le PAT sera mis en place se déroulera au mois d'août, ce qui ne permet pas de connaître tous les éléments officiels qui seront mis en place pour le jour J, en effet, certains partenariats ou actions peuvent se concrétiser entre le moment de cette étude et l'évènement. Une autre limite de cette étude réside dans l'impossibilité d'évaluer les retombées concrètes de cet outil. En ce qui concerne la LNAB, l'évènement ne s'est pas encore déroulé, et pour les autres évènements, les structures interrogées n'ont pas mis en place d'études précises afin de mesurer l'impact de cet outil. Nous ne pouvons donc que nous baser sur les témoignages des organisateurs et les données recueillies lors des actions de leur PAT, mais pas sur de réelles retombées à long terme. Il aurait également été intéressant de baser notre étude sur un échantillon plus étendu d'entretiens avec des responsables d'autres disciplines sportives, à l'image de la LNAV B.

Afin de documenter plus amplement ce sujet, il serait intéressant de réaliser une étude sur un évènement de grande ampleur s'étant déroulé quelques mois auparavant. Cela permettrait d'être en mesure d'analyser les retombées concrètes auprès des différents acteurs qui ont participé à l'évènement.

Bibliographie

Ouvrages

- Bayle, E., Chappelet, J., François, A., & Maltese, L. (2011). *Sport & RSE vers un management responsable ?* (Management & sport). Bruxelles: De Boeck.
- Blough, D. (2020). *Sport Washing*
- Gasparini, W. & Vieille Marchiset, G. (2008). Les politiques sociales urbaines par le sport. Dans : , W. Gasparini & G. Vieille Marchiset (Dir), *Le sport dans les quartiers: Pratiques sociales et politiques publiques* (pp. 105-149). Paris cedex 14: Presses Universitaires de France.
- Kada, N. (2020). Clause générale de compétence. Dans : Romain Pasquier éd., *Dictionnaire des politiques territoriales* (pp. 67-71). Paris: Presses de Sciences Po.
<https://doi.org/10.3917/scpo.pasqu.2020.01.0067>
- Rimbault, C. Verpeaux, M. Waserman, F. (2021). Les collectivités territoriales et la décentralisation

Articles

- Alaux, C., Serval, S. & Zeller, C. (2015). Le marketing territorial des Petits et Moyens Territoires : identité, image et relations. *Gestion et management public*, 4(2), 61-78.
<https://doi.org/10.3917/gmp.042.0061>
- Athias, L. & Saussier, S. (2007). Un partenariat public-privé rigide ou flexible : Théorie et application aux concessions routières à péage. *Revue économique*, 58, 565-576.
<https://doi.org/10.3917/reco.583.0565>
- Barbusse, B. (2016). Sport et entreprise, un rapprochement qui ne va pas de soi. *Sociologies pratiques*, 32, 1-8. <https://doi.org/10.3917/sopr.032.0001>
- Bazex, J., Pene, P., Riviere, D. (2012). Les activités physiques et sportives – la santé – la société
- Besson, R., Machu, P. & Mougin, J. (2015). Le rôle éducatif du sport. *Informations sociales*, 187, 87-95. <https://doi.org/10.3917/inso.187.0087>
- Charrier, D. & Jourdan, J. (2015). Le sport comme levier éducatif dans les territoires urbains en difficulté. *Informations sociales*, 187, 58-65. <https://doi.org/10.3917/inso.187.0058>
- Hatem, F. (2007). Le marketing territorial : principes, méthodes, pratiques

- Houllier-Guibert, C. (2017). Gérer l'image des territoires avec le marketing territorial : émergence d'un « place branding » francophone ?. *Gestion et management public*, 6(1), 6-7. <https://doi.org/10.3917/gmp.061.0006>
- Pupion, P. (2017). Territoire, gestion publique et pilotage territorial. *Gestion et management public*, 5(3), 1-3. <https://doi.org/10.3917/gmp.053.0001>
- Régent, B., Favre-Bonté, V. & Da Fonseca, M. (2021). Le management stratégique comme clé de lecture du développement des projets de territoire. *Gestion et management public*, 9(2), 9-30. <https://doi.org/10.3917/gmp.092.0009>
- Soldo, E., Arnaud, C. & Keramidas, O. (2013). L'évènement culturel en régie directe, un levier pour l'attractivité durable du territoire ? Analyse des conditions managériales de succès. *Revue Internationale des Sciences Administratives*, 79, 779-799. <https://doi.org/10.3917/risa.794.0779>
- Tabassum, F., Mohan, J., Smith, P. (2016). Association of volunteering with mental well-being: a lifecourse analysis of a national population-based longitudinal study in the UK
- Torre, A. (2018). Les moteurs du développement territorial. *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, , 711-736. <https://doi.org/10.3917/reru.184.0711>

Annexe 1 : retranscription de l'entretien avec Monsieur Komilkiw

Profil :

Alexandre Komilkiw, conseiller technique National au sein de la FFBaD, qui a mis en place le PAT des championnats d'Europe de Lievin de 2019. Positionné en tant que référent de plan d'animation territorial des Haut de France peu de temps avant la compétition car les championnats ont été changés et attribués à Lievin six mois avant la compétition. A l'origine, le championnat devait se tenir à Metz.

Partie 1 : Le Plan d'Animation Territorial

Q1 Comment décririez-vous avec votre propre définition un Plan d'Animation Territorial ?

Un PAT est un outils qui doit répondre à deux plans : un avant pour faire parler de la discipline pour inciter les gens à aller sur l'événement, avec pour objectif de générer de l'activité ou récupérer des licenciés, puis en parallèle, générer un héritage partenarial, structurel pour asseoir le badminton sur le territoire.

Q2 Quelle est la volonté à l'origine de la mise en place d'un PAT pour cette compétition ?

La volonté de mise en place d'un PAT vient de mon expérience dans le monde du badminton. Selon moi, il est important de développer ce type d'actions, puis se sont greffés les élus. Ils ont été réticents au début car ils ne connaissaient pas ce concept, mais les scénarios proposés les ont rassurés.

Q3 Quels en sont les enjeux ?

Les enjeux sont multiples, il faut vendre l'activité, la faire découvrir (jeunes éloignés de la pratique), mettre en activité le public, leur faire vivre l'expérience de la compétition de Haut niveau. Puis faire en sorte qu'ils se licencient. Le plus compliqué étant de leur faire franchir le pas, il faut leur donner envie de venir. L'ordre des actions est important (faire pratiquer, montrer le Haut niveau puis, re faire pratiquer à la fin). Je pense qu'il est nécessaire d'investir une somme importante au départ car les clubs auront des retombées sur les licenciés, sur le poids vis-à-vis de l'ANS ou autres subventions, ce qui permettra de faire rayonner la pratique sur le territoire.

Q4 Qui est/sont la/les cible(s) principales et secondaires ? Quelle est l'échelle territoriale à viser en priorité ?

La cible principale étaient les scolaires, puis les personnes en situation de handicap, puis les femmes, puis les jeunes issus de QPV, puis les clubs non affiliés. Ce choix a été fait par les élus selon le plan de développement de la Ligue. Le gros des animations se sont faites à l'échelle de l'intégralité du département, puis quelques animations sur les départements limitrophe. La mixité entre les publics est importante afin de leur faire découvrir les autres activités telles que le parabadminton.

Q5 Quelles sont les parties prenantes à intégrer au PAT (privé, public, privé non marchand) et pourquoi ?

Les différents partenaires que nous avons impliqués sont l'USEP, l'UNSS, la FFSU pour le côté scolaire, ainsi que l'inspection académique du Pas de Calais. Nous avons pris contact avec les clubs pouvant les recevoir afin de convenir des écoles qui viendraient sur site. Nous avons mis en place un partenariat avec la PJJ avec qui j'avais déjà un contact. Le plus complexe était le contact avec les personnes en situation de handicap, avec l'aide de la DRJSCS qui avait déjà réalisé des activités sportives auprès du public en situation de handicap, nous avons pu mettre en place des actions. Pour les QPV, il y a eu un partenariat avec la mairie et les missions sociales. Le plus compliqué était la mobilisation des femmes car il y a peu de structures qui portent la pratique féminine, donc nous nous sommes tournés vers les QPV qui portaient déjà ce genre d'actions. Nous n'avons pas eu de contact avec des entreprises pour notre PAT.

Q6 Est ce que ce genre d'action a déjà été mis en place sur le territoire pour le badminton ?

Non c'était la première fois. La plupart des événements nationaux ou internationaux du nord de la France n'ont jamais eu de Plans d'Animation Territoriaux.

Q7 Quels impacts positifs attendez-vous pour votre structure et pour les autres ? Avez-vous prévu de prolonger certaines actions en dehors de l'événement si elles se montrent efficaces ?

Nous attendions une affiliation des clubs non-affiliés invités, ainsi qu'un intéressement des différents publics intégrés pour notre pratique. Nous avons prévu de mettre en place diverses actions dans le but de re faire pratiquer les publics cibles après avoir vu des matchs de haut niveau. Le COVID, qui nous a confinés quelques semaines après la compétition nous en a empêchés.

Q8 Quels sont les freins rencontrés dans la mise en place d'un tel projet ?

Le premier frein était fédéral, notamment car l'attribution de la compétition a été très tardive, ainsi que le manque de ressources humaines. Ce qui est important, c'est d'avoir des petits comités d'organisation pour les différentes parties prenantes du PAT, que chaque référent n'ait que quelques interlocuteurs.

Q9 Quelle plus-value les parties prenantes privées et publiques impliquées dans le projet pourraient retirer de leur participation ?

De nombreux bénévoles ont été très satisfaits de la compétition, certains lycées et notamment le STAPS un peu moins. Tous les centres sociaux ou centres pour personnes handicapées ont été très satisfaits et ont remercié l'organisation. Toutefois, les retombées sur le nombre de personnes ayant été licenciées grâce à nos actions est compliqué à évaluer.

Q10 Etes-vous satisfait des retombées de ce projet ?

Selon moi, les objectifs ont été dépassés (l'objectif était de 3000 jeunes sur la compétition, en réalité il y en a eu 8000). Sur la semaine paralympique, il y a eu 700 jeunes qui ont participé. A l'issue des championnats, 24 clubs de plus se sont impliqués dans le domaine du parabad. Ainsi que l'affiliation de 5 clubs. Durant la semaine de compétition, il y a eu une journée Sport Handicap qui

a été remplie. Une vingtaine de structures médico-sociales se sont rapprochées des clubs. De nombreux partenariats avec des structures s'occupant des jeunes ont été créés.

Annexe 2 : retranscription de l'entretien avec Monsieur Cajot

Profil : Président du comité de badminton de Dordogne, et référent de l'organisation des championnats de France de Boulazac de 2022.

Le Plan d'Animation Territorial

Q1 Comment décririez-vous avec votre propre définition un Plan d'Animation Territorial ?

Il s'agit d'un outil de communication que je qualifierai à haute valeur ajoutée pour mettre en avant un événement majeur, en l'occurrence un Championnat de France pour nous (CDF).

Q2 Quelle est la volonté à l'origine de la mise en place d'un PAT lors de la compétition que vous avez organisé ?

L'idée d'un PAT nous a été soumise par notre Fédération et nous avons tout de suite perçu l'intérêt de s'inscrire dans cette démarche. De fait, nous l'avons utilisé comme outil de communication.

Q3 Quels en sont les enjeux ?

Mener un peu partout sur le territoire des actions de promotion du badminton (airbadminton, lotos, actions avec le milieu scolaire, le monde du handicap ...) bien avant l'événement à valoriser. Ces animations sont utiles pour communiquer sur le CDF mais permettent aussi de mettre en avant les partenariats déjà scellés.

Q4 Qui étaient les cibles principales et secondaires de ce PAT ? Quelle était l'échelle territoriale à viser en priorité ?

Notre PAT ciblait indifféremment le public licencié et non licencié. L'accueil de ces Championnats de France était pour nous l'occasion de faire découvrir le badminton de haut niveau à un public mixte, de tout âge et ce quel que ce soit le milieu social. Le monde du handicap a aussi été démarché.

Q5 Est ce que ce genre d'action a déjà été mis en place sur votre territoire pour le badminton ?

Non, nous avons initié pour la première cette démarche en Dordogne mais ce processus a bien plu et devrait être utilisé par d'autres organisateurs.

Q7 Quels impacts positifs attendiez-vous pour votre structure et pour les autres ? Avez-vous prolongé certaines actions en dehors de l'événement ?

Toutes ces animations nous ont permis de donner de la visibilité au CDF et de vendre des places pour venir voir les matchs. Notre PAT a été construit pour une mise en œuvre avant, pendant et après les CDF.

Q8 Quels ont été les freins rencontrés dans la mise en place d'un tel projet en plus du COVID (budget, moyens humains...)?

Aucun frein à ce type d'outils (hormis COVID), les actions peuvent même s'inscrire dans le cadre de demande de subventions (ANS, FDVA, conseil départemental, ...).

Q9 Quelle plus-value les parties prenantes privées et publiques impliquées dans le projet ont-elles retiré de leur participation ?

Ils ont tous gagné en visibilité grâce à la durée du PAT ce qui en fait un outil essentiel pour les organisateurs dans le cadre de la préparation d'un événement majeur. Les partenaires privés ont été très sensibles à cet outil et il a contribué à la prise de décision de certains de nous accompagner financièrement.

Annexe 3 : retranscription de l'entretien avec Monsieur Meunier

Profil : Yannick Meunier est le directeur de la Ligue Nouvelle-Aquitaine de Badminton, chargé de l'organisation de la compétition Future Series de Pessac.

Partie 1 : L'évènement

Q1 Quel est l'évènement autour duquel le plan d'animation doit être mis en place ?

Victor Future Series Nouvelle-Aquitaine

Q2 Quels sont les enjeux d'un tel évènement ?

Le premier est de proposer une compétition de Haut Niveau sur le territoire néo-aquitain, nous souhaitons que les joueurs européens ou mondiaux viennent sur la ligue.
Un second objectif était de rapporter de l'argent, mais au final, le modèle économique n'est pas viable pour le moment.
Le troisième, le plus important, proposer des actions pour augmenter la culture du badminton sur le territoire de la Gironde.

Pour la ligue l'enjeu n'est pas crucial, si nous décidons d'annuler la compétition, ça ne changera pas grand-chose en dehors de la crédibilité. Par contre, pour le club, la compétition a un fort intérêt pour sa représentation vis-à-vis de la commune.

Q3 Quel est votre rôle dans l'organisation de l'évènement ?

Je coordonne la manifestation, on peut résumer en disant que je suis le directeur de l'évènement.

Partie 2 : Le Plan d'Animation Territorial

Q4 Comment décririez-vous avec votre propre définition un Plan d'Animation Territorial ?

Un PAT est un projet d'animation autour d'une manifestation sportive, son but est de transformer une compétition en évènement sportif.
L'objectif d'un PAT est d'apporter des actions structurantes pour l'organisateur.

Q5 Quelle est la volonté à l'origine de la mise en place d'un PAT pour cette compétition ?

Ne pas faire qu'une compétition sportive mais proposer des actions qui permettront de développer le territoire local ou régional.

Q6 Quels en sont les enjeux ?

La compétition est importante mais nous souhaitons proposer des actions pour mettre en avant le badminton en dehors des terrains. Montrer un dynamisme sur le local, mettre en avant le club, faire connaître l'activité.

Q7 Qui est/sont la/les cible(s) principales et secondaires ? Quelle est l'échelle territoriale à viser en priorité ?

Niveau local dans un premier temps puis les acteurs régionaux
Nous souhaitons toucher les licenciés pour les temps de formations ou les regroupements mais aussi les non licenciés pour la connaissance de l'activité.

Les entreprises pour créer des liens et poser les bases de relations futures.

Les structures publiques pour faire la promotion du badminton et avoir des non licenciés sur nos animations.

Q8 Quelles sont les parties prenantes à intégrer au PAT (privé, public, privé non marchand) et pourquoi ?

La ligue en tant qu'organisatrice.

La commune et ses établissements pour relayer les informations et faire la promotion de l'événement.

Les entreprises pour venir participer à un temps spécifique.

Les acteurs de la ligue : service civique, professionnels et bénévoles qui interviendront sur les temps

Les destinataires, licenciés ou non, qui participeront.

On peut aussi compter les partenaires financeurs : Région NA, Bordeaux métropole, ANS

Les partenaires non financeurs mais structurants : CROS ou CDOS, intervenants, associations solidaires, sociétés partenaires

Q9 Est ce que ce genre d'action a déjà été mis en place sur le territoire pour le badminton ?

Oui, de manière plus ou moins poussée :

- Club pour les compétitions locales, on ne parle pas spécialement de PAT mais d'actions autour de la compétition
- Comité départemental sur le même principe mais pour les championnats départementaux
- Organismes d'événements nationaux : COBaD24, Club de Neuil-les-Aubières, club de Saintes.

Q10 Quels impacts positifs attendez-vous pour votre structure et pour les autres ? Avez-vous prévu de prolonger certaines actions en dehors de l'événement si elles se montrent efficaces ?

C'est une première pour la ligue en tant qu'organisateur principal, cette compétition sur 1 édition ne sera pas la plus porteuse, il faut de la récurrence pour avoir un réel impact.

Nous espérons une mise en avant, une augmentation de la connaissance de l'activité, une augmentation de la culture badminton de Haut Niveau auprès des licenciés.

Q11 Quels sont les freins rencontrés dans la mise en place d'un tel projet ?

Clairement, le temps et les ressources humaines pour mettre en place le PAT, actuellement nous sommes novices dans l'organisation de l'événement donc tout prend du temps.

Q12 Quelle plus-value les parties prenantes privées et publiques impliquées dans le projet pourraient retirer de leur participation ?

Dynamisme de la commune, affichage de liens avec le milieu sportif, structuration du territoire.

Q13 Quelles ressources pourraient manquer pour la mise en place de ce PAT ?

Des ressources financières pour organiser des actions plus conséquentes.
Des ressources humaines pour gérer le PAT.

Annexe 4 : actions de développement durable prévues par la Ligue durant l'évènement

Thème 1 : Gouvernance écoresponsable		Propositions
Critère obligatoire	1.1 Formaliser dans un document les principes, engagements et/ou actions écoresponsables de l'évènement, en lien avec la politique de la structure organisatrice et le projet DD fédéral	<p>La Ligue a créé un document récapitulatif mettant en avant les principes respectés par la ligue durant cet évènement, ce document présente également les différentes actions qui seront mises en place en fonction des principes du développement durable. Cette compétition veillera au respect du tri sélectif, à la limitation des déchets, via, notamment le recyclage des volants. De plus, nous veillerons, via la mise en place d'actions spécifiques au bien être des participants et à l'insertion des publics éloignés de la pratique.</p> <p>Le projet DD fédéral est composé de trois axes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sensibiliser, informer, former, faire émerger des projets - Organiser des manifestations éco-responsables - Prendre en compte le Développement Durable dans le fonctionnement fédéral <p>Compte tenu de la nature du projet, son organisation respectera donc le deuxième axe du projet fédéral.</p> <p>Ce document sera publié sur le site internet dédié à cet évènement et version française et anglaise afin qu'il touche le plus de personnes possible. De plus, tous les joueurs ont à leur disposition sur le site internet de l'évènement, les différents documents relatifs au développement durable tels que :</p> <ul style="list-style-type: none"> • un guide du sportif responsable • un règlement spécifique au développement durable • une présentation des actions mises en place <p>Évaluation / Résultats attendus : Nombre de clics sur la page dédiée à ces documents sur le site internet, nous espérons qu'il obtienne au moins 5% des visites.</p>
Critère obligatoire	1.2. Utiliser les nouvelles technologies, la visioconférence et les supports dématérialisés lors de l'organisation et du déroulement de l'évènement afin de limiter les	<p>La ligue organise cet évènement grâce à ses salariés et ses élus, la majorité des salariés travaillent à Talence mais certains ont leur bureau à Limoges.</p> <p>Les réunions en visioconférence sont très fréquemment utilisées afin de pouvoir réunir les salariés ainsi que les différents élus qui n'habitent pas à Talence. L'utilisation de mails est systématique.</p> <p>Une importante communication sera réalisée sur les réseaux sociaux, sur le site internet dédié à l'évènement ainsi que sur le site de la Ligue afin de limiter les affiches et les flyers. De plus, tous les systèmes d'inscription seront dématérialisés, tout comme les</p>

	déplacements des personnes et l'impression des documents	<p>formulaire de réservation concernant les hôtels et les transports. Tous les documents relatifs à l'organisation de la compétition (plans de la zone, lignes de bus à utiliser, présentation de la compétition...) seront publiés sur le site internet dédié. Un logiciel de gestion de la compétition ainsi que des tablettes tactiles seront utilisés afin de gérer en direct les résultats des matchs durant la compétition et ainsi limiter le recours au papier. Le recrutement et la gestion des bénévoles se feront également de manière dématérialisée grâce à un outil dédié.</p> <p>Évaluation / Résultats attendus : Pas de déplacement superflus pour les personnes jouant un rôle dématérialisable avant et durant la compétition. Nous ferons un état des lieux des réunions afin de recenser le nombre d'entre elles qui se déroulent en présentiel, nous estimons que le résultat recensera une réunion en présentielle, qui se tiendra la veille de l'événement, une fois que tous les responsables seront sur place. En ce qui concerne l'impression de documents, bien que la compétition soit plus importante que celles habituellement organisées, nous souhaitons diminuer l'impression de documents de 25% par rapport aux autres manifestations.</p>
Critère obligatoire	1.3. Mettre en œuvre une démarche d'amélioration continue de la manifestation en définissant des critères et des moyens d'évaluation des actions (notamment un retour des participants sur les actions DD labellisées) afin de progresser d'une édition sur l'autre	<p>Mise en place d'une fiche critère qui sera remplie par l'équipe d'organisation de la compétition à la fin de cette dernière. Un questionnaire de satisfaction sera également envoyé à tous les participants et bénévoles afin de connaître leur avis à propos de la compétition. Ce questionnaire portera sur la compétition en général mais aussi sur les actions DD labellisées. De plus, un questionnaire et des entretiens seront réalisés à destination des acteurs partenaires de notre événement (associations, centres de loisir...).</p> <p>Évaluation / Résultats attendus : L'évaluation se fera via les réponses aux questionnaires, entretiens, ainsi qu'à la fiche critères. Nous attendons une satisfaction moyenne de 75%. Nous espérons qu'au moins 30% des joueurs et 70% des bénévoles/partenaires y répondent. En ce qui concerne la fiche critère nous espérons que 80% des objectifs soient atteints.</p>
Critère classique	1.4. Désigner une commission de développement durable (DD) et/ou un référent au sein de l'équipe d'organisation de la manifestation	<p>La commission développement durable est constituée de Yannick Meunier, directeur de la Ligue Nouvelle-Aquitaine de Badminton, qui gère l'organisation de plusieurs compétitions labellisées "Ecobad", et de Patxi Montalibet, service civique dont la mission consiste à appuyer l'équipe d'organisation de l'événement, notamment sur le développement durable. En soutien de cette commission, nous avons désigné deux membres de la Ligue ayant suivi la formation OMBER (Organiser des Manifestations de Badminton Éco-Responsables).</p> <p>Évaluation / Résultats attendus : L'évaluation portera sur l'efficacité de la commission de DD dans l'organisation de cette compétition. Nous nous attendons à ce que cette commission parvienne à mettre en place dans les meilleures conditions les actions prévues.</p>
Critère classique	1.5. Communiquer sur l'engagement écoresponsable	<p>Cette communication sera réalisée dans un premier temps via la Newsletter visible par tous les licenciés et les participants inscrits. De plus, tous les partenaires seront sensibilisés lors des réunions que nous mettrons en place avec eux. Afin de</p>

	<p>de la manifestation et sur les actions menées auprès de toutes les parties prenantes ; inciter les partenaires et prestataires à s’inscrire dans la stratégie DD de la manifestation et veiller à ce que chaque partenaire et prestataire respecte les valeurs éthiques et agisse de manière écoresponsable dans le cadre de cette manifestation</p>	<p>communiquer notre engagement éco-responsable au plus grand nombre, nous prévoyons de réaliser des vidéos de type “teaser” afin d’expliquer les valeurs défendues et les actions qui vont être menées.</p> <p>Tous les partenaires auront comme consigne de respecter les engagements pris par la Ligue en matière de développement durable. De plus, une communication axée sur les remerciements envers ces derniers sera réalisée s’ils participent activement au développement du DD. Plusieurs outils seront mis en place en amont de la compétition afin de communiquer sur les engagements éco responsables de cette dernière tels qu’une page dédiée sur le site internet de l’évènement. Durant la compétition des outils de sensibilisation aux valeurs éco responsables seront mis en place en partenariat avec le CDOS 33 ainsi que le CROS Nouvelle-Aquitaine.</p> <p>Afin de nous assister dans la mise en place de cette démarche écoresponsable, nous obtiendrons l’aide d’une volontaire en SNU engagée sur cette mission.</p> <p>Évaluation / Résultats attendus :</p> <p>L’évaluation portera sur les actions menées par les partenaires et leur implication dans la démarche durable durant la compétition. Nous attendons un respect de l’engagement écoresponsable de la Ligue de la part de tous les partenaires.</p>
<p><i>Critère bonus</i></p>	<p>1.6. Mettre en place ou développer des partenariats avec les acteurs de l’économie, dont ceux de l’économie sociale et solidaire (ESS), des experts thématiques, des start-up, des universités, des écoles et autres acteurs économiques locaux pour répondre, si besoin, aux défis ou besoins d’innovation, d’économie circulaire ou d’évolution des</p>	<p>Nous avons plusieurs partenariats avec des acteurs impliqués dans le domaine social et de l’économie sociale et solidaire. C’est notamment le cas du club ASCPA de Pessac, à qui nous donnerons les volants en bon état à la fin de la compétition afin qu’ils les utilisent au sein de leur école de badminton.</p> <p>En ce qui concerne l’économie locale, nous avons mis en place un partenariat avec l’entreprise “BOITE A p’ARTS”, spécialisée dans la revalorisation des boîtes de volant. Il s’agit d’une entreprise implantée à Pessac et très impliquée dans le monde du badminton.</p> <p>Un troisième partenariat sera réalisé avec l’organisme Solibad, qui a pour rôle de récolter du matériel de badminton non utilisé afin de l’envoyer dans les pays les plus pauvres afin de permettre aux enfants et adultes les plus défavorisés de pratiquer.</p> <p>Évaluation / Résultats attendus :</p> <p>L’évaluation sera réalisée en fonction de la quantité de volants récupérés et recyclés, et de matériel de badminton récupéré. Nous nous attendons à ce que moins de 1% des volants utilisés soient jetés. Nous espérons également revaloriser 160 boîtes de volant.</p>

AXE D' ACTIONS 2. MANAGEMENT ET SENSIBILISATION DES PARTIES PRENANTES		<i>Propositions</i>
Critère obligatoire	2.1. Sensibiliser et mobiliser les salariés, élus, bénévoles (cadres, entraîneurs, arbitres...) aux enjeux et actions de DD de la manifestation sportive	<p>Afin de sensibiliser les acteurs de notre structure aux enjeux du Développement Durable, nous avons prévu de mettre en place plusieurs réunions en amont de la compétition. Ces dernières, réalisées en visio permettront à toutes les personnes concernées d'être présentes afin que nous puissions leur expliquer leur rôle durant l'événement et les sensibiliser au développement durable. Tous les salariés, officiels et bénévoles seront briefés quelques jours avant l'événement, puis juste avant le début de la compétition.</p> <p>Évaluation / Résultats attendus :</p> <p>Nous évaluerons la réussite de cette action via les retours que nous aurons des participants et des membres de l'organisation eux-même à propos de l'engagement DD de la manifestation. Nous nous attendons à ce que tous les membres de l'organisation comprennent et respectent ces engagements.</p>
Critère obligatoire	2.2. Sensibiliser les participants au développement durable et les inciter à changer leurs comportements en inscrivant notamment le DD dans le règlement de la manifestation sportive et/ou en publiant un code ou guide du participant écoresponsable	<p>Le règlement de la manifestation est publié par Badminton Europe et ne comporte pas de mention du développement durable, c'est pourquoi nous allons mettre en place une annexe à ce règlement, publié sur notre site internet, afin de sensibiliser les joueurs. Un guide du participant responsable sera également publié afin d'expliquer aux joueurs quelles sont les valeurs promues par la Ligue et quels sont les bons comportements à adopter. Ce guide sera transmis par mail à tous les inscrits. Des ateliers de sensibilisation concernant le DD seront mis en place avec l'aide d'une volontaire en SNU.</p> <p>Évaluation / Résultats attendus :</p> <p>L'évaluation se fera via le nombre de personnes consultant la page du site internet, nous espérons que 5% de visiteurs du site consultent cette page. L'évaluation se fera également grâce au questionnaire de satisfaction transmis aux participants et au public de la compétition.</p>
Critère obligatoire	2.3. Promouvoir l'engagement des bénévoles de l'association organisatrice et/ou de l'événement	<p>L'organisation de cet événement repose en grande partie sur le bénévolat, qui nous permettra de mener à bien le déroulement de cette manifestation dans de nombreux domaines. Nous avons prévu de publier des vidéos ainsi que des posts sur les réseaux sociaux afin de remercier les bénévoles s'étant engagés. De plus, la ligue propose une formation pour les personnes souhaitant occuper le poste de juge de ligne, ce qui pourra leur être utile à l'avenir s'ils souhaitent s'engager sur d'autres compétitions.</p> <p>Évaluation / Résultats attendus :</p>

		Nous évaluerons cet impact grâce aux retours faits sur les réseaux sociaux suite à ces publications. Nous attendons des retours importants puisque les bénévoles sont indispensables au bon déroulement de la compétition.
<i>Critère classique</i>	2.4. Impliquer la population locale et assurer une diversité des profils dans l'équipe d'organisation de la manifestation et les équipes bénévoles (intégrer des jeunes, des femmes, des seniors...)	Tous les bénévoles sont les bienvenus durant notre compétition, les premières inscriptions font état de profils très variés (de 30 à 65 ans, hommes et femmes), l'accent sera également mis sur les jeunes, puisque 10 volontaires issus du Service National Universel seront présents en tant que juge de ligne. Il en est de même pour l'équipe d'organisation (salariés et élus d'âges variés). La grande majorité des personnes impliquées dans l'organisation viennent de la région bordelaise. Évaluation / Résultats attendus : L'évaluation se fera grâce à l'outil de gestion des bénévoles "Qoezion", qui permet de gérer tous les bénévoles, nous pouvons ainsi obtenir état des lieux des profils présents sur la compétition.
<i>Critère bonus</i>	2.5. Impliquer des personnes en situation de handicap et/ou des associations spécialisées dans le handicap dans l'équipe d'organisation de la manifestation (bénévolat, salariat, partenariat)	Dans le cadre de notre plan d'animation territorial, nous avons prévu d'impliquer diverses associations sociales dans notre événement. Nous proposerons donc à des associations spécialisées dans le domaine du handicap, mais aussi des associations permettant à des jeunes de QPV de découvrir diverses activités ou des associations pour les personnes âgées d'intégrer leurs membres en tant que bénévoles Évaluation / Résultats attendus : Nous attendons une implication relativement importante de la part de ces associations, car le sport est un excellent moyen de socialisation et de développement personnel pour leurs membres. L'évaluation portera sur le nombre de personnes issues de ces associations intégrées au projet.
<i>Critère bonus</i>	2.6. Mobiliser des ambassadeurs /des personnalités du sport pour qu'ils/elles apportent leur notoriété au service du DD	

AXE D' ACTIONS 3. RESPECT ET IMPLICATION DES PARTICIPANTS ET DES SPECTATEURS		<i>Propositions</i>
<i>Critère obligatoire</i>	3.1. Prendre en compte le bien-être, la santé et la sécurité des publics, des sportifs et des organisateurs lors de la planification des	Tous les éléments relatifs au confort et à la sécurité des pratiquants et des spectateurs seront mis en place. La salle omnisports dans laquelle se déroulera la compétition est équipée pour répondre aux besoins relatifs à la qualité de l'air, la mise à disposition de points d'eau et la protection contre la chaleur. En plus de cela, nous mettrons en place des tonnelles extérieures afin d'offrir des zones d'ombre supplémentaires. Nous mettrons à disposition une infirmerie avec la présence d'une équipe de quatre

	manifestations (gestes barrières/règles d'hygiène, bruit, chaleur, hydratation, qualité de l'air, confort, dialogue...)	secouristes de la croix blanche, ainsi que du médecin de la ligue dans le but d'assurer la sécurité des participants en cas de blessure. Afin d'éviter au maximum les accidents, nous mettrons en place un sens de circulation sur la zone de jeu ainsi qu'une séparation entre les trajets des joueurs et des spectateurs. En ce qui concerne les joueurs, deux terrains d'échauffements seront disponibles. Des zones de repos ainsi que le nécessaire pour se laver les mains seront mis à la disposition de tout le monde. Durant toute la durée de l'événement, cinq bénévoles seront missionnés pour aider le public et les joueurs en cas de question ou de problème à faire remonter à l'équipe d'organisation. Évaluation / Résultats attendus : Nous espérons ne dénombrer aucune blessure ou malaise due à un problème d'organisation. L'évaluation portera ainsi sur les retours faits par le public ou les joueurs directement aux bénévoles en charge de l'accueil ou sur les questionnaires de satisfactions envoyés aux joueurs à la fin de l'évènement.
Critère obligatoire	3.2. Rendre, quand cela est possible, les installations accessibles à tous (personnes en situation de handicap, seniors, jeunes...) *En milieu naturel, procéder aux installations nécessaires dans le respect de l'environnement	La salle omnisports Bellegrave respecte les normes d'accessibilité, ce qui permettra à tous les publics de venir profiter de la compétition Évaluation / Résultats attendus : Nous attendons une accessibilité totale pour tous les publics.
Critère classique	3.3. Faciliter une pratique adaptée à tous les participants/compétiteurs, permettant à chacun de s'épanouir sportivement en fonction de ses capacités (adaptation des activités/parcours, infos, conseils, bourses, conditions de participation...)	Tous les pratiquants inscrits pourront accéder facilement à la compétition grâce à l'aéroport et à la gare présents dans la métropole bordelaise. Des navettes seront mises en place par la Ligue, en plus des transports en commun pour les amener au plus près du site de la compétition. L'accessibilité sera également facilitée grâce à la création d'un site internet dédié regroupant toutes les informations nécessaires pour permettre aux pratiquants de profiter d'une bonne expérience. Évaluation / Résultats attendus : Nous évaluerons nos actions en fonction des demandes spécifiques envoyées via notre formulaire de contact, nous verrons ainsi si les actions que nous avons mises en place étaient suffisantes.
Critère classique	3.4. Dans le cadre de la manifestation, encourager activement la mixité personnes valides et personnes en situation de	Durant cette manifestation, plusieurs actions seront mises en place afin d'encourager la mixité. Un temps d'initiation pour les publics éloignés de la pratique sera mis en place en partenariat avec la section badminton du club ASCPA. De plus, une réunion avec plusieurs associations sociales sera tenue afin de discuter avec eux des actions à mettre en place à l'avenir.

	handicap et/ou la pratique sportive auprès des jeunes, des femmes et des publics défavorisés et/ou éloignés de la pratique (adaptation des activités/parcours, infos, conseils, conditions de participation, sensibilisation...)	Comme mentionné dans l'action 2.5, nous proposerons à diverses associations sociales d'impliquer leurs adhérents dans les missions de bénévolat afin de leur faire découvrir l'organisation d'une compétition sportive. Évaluation / Résultats attendus : Nous attendons une participation active des différentes associations sociales, nous espérons remplir toutes les places proposées lors de l'initiation et être en mesure de discuter avec au minimum 4 associations lors de la réunion.
<i>Critère bonus</i>	3.5. Promouvoir la pratique du sport comme facteur de santé, de lutte contre l'obésité et la sédentarité, de prévention des maladies, de maintien de l'autonomie (animation, atelier, stand, partenariat...)	Nous avons comme objectif de mettre en place divers partenariats, avec, comme dit précédemment des associations sociales, dont certaines s'occupant de personnes âgées. De plus, nous mettrons en place un partenariat avec un club des entreprises alentours afin qu'ils mettent en place un afterwork avec leurs partenaires. Ces derniers pourront donc profiter de la compétition tout en profitant d'une sensibilisation à propos du sport en entreprise et de ses bienfaits. Évaluation / Résultats attendus : L'évaluation se basera sur le nombre de personnes touchées par nos interventions, nous espérons toucher au minimum 20 personnes éloignées de la pratique ainsi que 10 professionnels sur le sport en entreprise.

AXE D' ACTIONS 4. PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT		Propositions
<i>Critère obligatoire</i>	4.1. Penser à l'accessibilité du lieu et veiller à limiter les déplacements lors du choix d'implantation et le déroulement de la manifestation puis favoriser les mobilités durables	Le lieu de l'évènement est situé à proximité de nombreux transports en commun, de plus, afin de faciliter la venue en vélo, nous mettons en place, en relation avec la mairie de Pessac, des arceaux de stationnement supplémentaires. Les hôtels partenaires sélectionnés sont les plus proches de la salle Bellegrave afin de limiter les déplacements. Les navettes obligatoires selon le cahier des charges de Badminton Europe afin de conduire les joueurs de leur point d'arrivée à leur hôtel seront mises en place de façon à ce qu'elles soient le plus remplies possible pour leur trajet. Nous communiquons également sur les transports en commun disponibles pour ne pas avoir uniquement recours aux navettes Évaluation / Résultats attendus : L'évaluation se fera en fonction du nombre d'aller-retour réalisés par les navettes.

Critère obligatoire	4.2. Limiter, trier, valoriser et recycler les déchets	Des bacs de tri, prêtés par la mairie, seront mis à disposition de tous les pratiquants, une signalétique sera mise en place afin d'inciter les personnes présentes à trier leurs déchets. De plus, tous les volants utilisés seront valorisés au sein d'une école de badminton ou recyclés par une entreprise spécialisée. Évaluation / Résultats attendus : L'évaluation se fera sur la quantité de volants valorisés ainsi que sur le remplissage des bacs de tri. Nous espérons parvenir à un nombre de volants jetés proche de zéro
Critère obligatoire	4.3. Proposer une offre d'alimentation éco responsable et lutter contre le gaspillage alimentaire	La buvette sera gérée selon un mode de commandes pour les denrées périssables, c'est-à-dire que durant la matinée, les joueurs, accompagnants, pourront passer commande via un QR code, puis leurs sandwichs seront préparés par l'équipe. Cela permet de ne pas préparer trop de sandwich en avance, qui seront gaspillés s'ils ne sont pas consommés. Évaluation / Résultats attendus : Nous évaluerons la quantité de denrées périssables restantes, les autres denrées telles que les boissons en canette pourront être utilisées lors des futures compétitions. Nous nous attendons à ce qu'il reste moins de 5% des denrées achetées.
Critère classique	4.4. S'impliquer dans une gestion respectueuse du lieu de pratique et adapter les activités aux contraintes environnementales, au respect de la biodiversité, en lien avec les gestionnaires de l'équipement / d'espaces protégés du lieu ou à proximité et/ou des associations de protection de la nature implantées localement (hors tri des déchets)	Le lieu de la compétition est une salle omnisports prévue à cet effet, par conséquent, cela ne générera pas de destruction de l'environnement. Évaluation / Résultats attendus : Le résultat attendu est une destruction de la biodiversité nulle.
Critère classique	4.5. Mettre en place des dispositifs pour maîtriser voire réduire ses consommations d'énergies (eau, électricité) et promouvoir des écogestes	Des affiches de sensibilisation seront mises en place dans les lieux concernés afin de limiter au maximum les consommations d'énergies. Les robinets disposent d'un système d'arrêt automatique afin d'éviter le gaspillage d'eau. Évaluation / Résultats attendus : L'évaluation se fera grâce à des visites aléatoires de la part de membres de l'organisation dans différentes pièces afin de vérifier que les lumières soient éteintes.
Critère	4.6. Promouvoir l'économie circulaire, la réutilisation et/ou le	Le matériel qui ne servira que pour cette compétition sera emprunté à la FFBaD ou à la commune afin de ne pas l'acheter pour un seul évènement. Nous nous associerons avec des fournisseurs locaux pour les récompenses des vainqueurs. En ce qui

<i>classique</i>	recyclage du matériel sportif afin d'allonger sa durée de vie	concerne l'allongement de la durée de vie du matériel sportif, nos partenariats avec Solibad (qui envoie du matériel non utilisé dans les pays défavorisés afin de permettre aux jeunes en difficulté de pratiquer) et BOITE A p'ARTS nous permettront de donner une seconde vie au matériel sportif utilisé par les joueurs. Les volants encore utilisables seront donnés à l'école de badminton de l'ASCPA. Évaluation / Résultats attendus : Nous évaluerons la quantité de matériel et de volants récupérés pour être revalorisés, nous espérons valoriser au moins 90% des volants utilisés.
<i>Critère bonus</i>	4.7. Evaluer les émissions de CO2 de son événement (outil ADERE, outil de calcul des déplacements,...) puis diffuser les résultats aux parties prenantes de la manifestation	Nous avons utilisé l'outil ADERE afin d'évaluer notre événement, nous diffuserons les résultats aux partenaires qui soutiennent la manifestation. Évaluation / Résultats attendus : Nous évaluerons ce critère en fonction du résultat obtenu grâce à l'outil ADERE, nous attendons un résultat d'au moins 65% du respect des normes concernant le développement durable.
<i>Critère bonus</i>	4.8. Adopter des mesures correctives ou compensatoires adéquates afin de minimiser l'impact environnemental de la manifestation (en dernier recours, après étude des solutions moins impactantes)	

AXE D' ACTIONS 5. PROMOTION DES VALEURS ÉTHIQUES		Propositions
<i>Critère obligatoire</i>	5.1. Mener des actions de sensibilisation envers les sportifs afin de lutter contre le dopage, les	Afin de sensibiliser les sportifs, mais également les accompagnants, nous proposerons, en collaboration avec des associations de lutte contre les dérives du sport, un document de sensibilisation ainsi qu'une présentation sur les dangers et les moyens d'éviter ces dérives. Tous ces éléments seront rappelés lors des briefings et des membres de l'équipe d'organisation seront chargés de recueillir les témoignages des joueurs en cas de problème lors de la compétition.

	violences sexuelles et/ou la discrimination dans le sport	<p>Évaluation / Résultats attendus :</p> <p>L'évaluation portera sur le nombre de personnes participant aux actions de sensibilisation, nous espérons que ces actions, notamment la présentation en présentiel soient très sollicitées.</p>
<i>Critère classique</i>	5.2. Mettre en place un système d'alerte et des dispositifs de gestion et d'accompagnement en cas de problème ou dérive sur la manifestation (dopage, abus, violences, comportements dangereux...)	<p>La manifestation sera encadrée par l'équipe d'organisation au complet, qui sera équipée de talkie walkies, un poste de secours de la croix blanche sera également missionné sur place. En plus de cela, un dispositif anti-dopage sera mis en place, avec une salle dédiée. Les forces de l'ordre sont d'ores et déjà prévenues du déroulement de la manifestation. En cas de problème, le bureau de la police municipale se situe à moins d'un kilomètre, tout comme la caserne de pompier la plus proche. Les numéros d'urgence seront affichés à l'entrée du bâtiment.</p> <p>Évaluation / Résultats attendus :</p> <p>Nous évaluerons ce critère en fonction du nombre d'incidents recensés. Nous attendons un résultat le plus petit possible. Les compétitions de badminton ne conduisent que très rarement à des incidents.</p>
<i>Critère classique</i>	5.3. Sensibiliser le public aux valeurs de l'olympisme : amitié, solidarité, excellence, respect, fair-play, lutte contre la violence dans et autour du sport	<p>Des actions de sensibilisation seront réalisées en collaboration avec des associations spécialisées afin d'informer les participants aux dangers des violences dans et autour du sport. Les valeurs de l'olympisme seront rappelées dans le guide du pratiquant, ainsi que sur les plaquettes d'information concernant la manifestation.</p> <p>Évaluation / Résultats attendus :</p> <p>Nous évaluerons ce critère en fonction du nombre de personnes présentes lors des réunions de sensibilisation.</p>
<i>Critère classique</i>	5.4. Pour une politique d'achats éco responsable, intégrer dans les cahiers des charges, contrats et conventions des critères environnementaux, éthiques et sociaux du DD	<p>La plupart des partenariats seront réalisés avec des entreprises ou des structures engagées dans le développement durable.</p> <p>Évaluation / Résultats attendus :</p> <p>Nous espérons obtenir au minimum 50% de nos partenariats avec des structures impliquées dans le développement durable</p>

AXE D' ACTIONS 6. ANCRAGE TERRITORIAL ET HÉRITAGE		Propositions
<i>Critère obligatoire</i>	6.1. Organiser la manifestation sportive de manière à laisser un héritage positif et durable pour les	Cette compétition est organisée de façon à ce que tous les acteurs impliqués y retirent un avantage. Le territoire sera valorisé, ce qui attirera de potentiels touristes par la suite, le club de badminton, qui sera à l'honneur durant toute la compétition, pourra obtenir une bonne image, qui attirera les licenciés à la rentrée. Les diverses actions menées en parallèle de la compétition

	territoires et les populations (retombées économiques positives, contribution à l'animation du territoire, réhabilitation, tourisme...) et mettre en place des programmes extra-sportifs et conviviaux (culture, patrimoine, sensibilisation, éducation, social...)	<p>(sensibilisation violences, sensibilisation sur le sport en entreprise...) permettront aux différents publics de mieux appréhender le sport. Nous espérons que les publics éloignés de la pratique inclus dans cette compétition trouveront dans le sport un bénéfice pour le futur. Il sera également possible pour les joueurs de profiter d'idées de visites de Bordeaux et d'informations concernant le patrimoine local, grâce à l'intervention de divers partenaires qui disposeront de stands.</p> <p>Évaluation / Résultats attendus :</p> <p>L'évaluation se fera dans un premier temps durant l'événement, nous analyserons le nombre de personnes intéressées par les différents stands/réunions proposées. Une seconde évaluation devra être réalisée un mois plus tard auprès des différents acteurs afin de connaître les retombées engendrées par la compétition. Nous visons une augmentation de licenciés de l'ordre de 10% pour le club ASCPA</p>
<i>Critère classique</i>	6.2. S'associer, quand elles existent, aux démarches territoriales d'héritage et de responsabilité sociétale pour s'intégrer dans une dynamique collective visant l'accès au sport pour tous et le développement durable de la pratique et des territoires	<p>Les démarches territoriales s'orientent vers la réduction des inégalités, la protection de l'environnement et la protection de la santé. Ces trois axes seront au centre des préoccupations durant notre événement, notamment grâce aux animations proposées autour de la compétition et l'inclusion de publics éloignés de la pratique.</p> <p>Évaluation / Résultats attendus :</p>
<i>Critère classique</i>	6.3. Multiplier les actions de coopérations, de solidarités et/ou mutualisation au niveau local, régional, national et/ou international entre acteurs du sport (bénévolat, matériel, dons...)	<p>Durant cette compétition, nous mènerons plusieurs actions de coopération et de solidarité afin d'optimiser l'organisation. Tout d'abord, nous travaillerons en partenariat avec la section badminton de l'ASCPA, qui nous assistera dans la mise en place d'animations et dans la gestion de la buvette. Un partenariat avec la ville de Pessac nous permet d'obtenir un accès à la salle Bellegrave pour toute la durée de la compétition, ainsi que le prêt de matériel indispensable au bon déroulement de cette dernière. Des partenariats avec les entreprises Sportarticles et Victor Forza nous permettent d'obtenir des réductions sur le matériel (volants, maillots, récompenses) en échange de visibilité. La mise à disposition d'un outil de gestion des bénévoles par la Fédération Française de Badminton nous permet de recruter tous les bénévoles nécessaires à la bonne gestion de l'événement. Une coopération avec la ligue de volleyball nous permettra d'obtenir le matériel manquant.</p> <p>Évaluation / Résultats attendus :</p> <p>Nous évaluerons ce critère en fonction des achats réalisés par la ligue, que nous analyserons afin de savoir si ces achats étaient évitables grâce à des partenariats ou non. Cela nous permettra d'améliorer l'organisation des prochaines compétitions.</p>

<p><i>Critère classique</i></p>	<p>6.4. Soutenir un organisme, une initiative ou des causes solidaire(s)</p>	<p>Durant cette compétition, nous soutiendrons l'organisme Solibad, qui a pour objectif de permettre aux joueurs de pays défavorisés de pratiquer du badminton en menant à bien des récoltes de matériel non utilisé. En plus de cela, durant cette compétition, nous soutiendrons diverses structures solidaires telles que des centres sociaux, ou des maisons de jeunes et de la culture en invitant leurs membres à venir profiter d'initiation et de la compétition.</p> <p>Évaluation / Résultats attendus :</p> <p>Nous évaluerons ce critère en fonction du nombre d'articles récoltés et du nombre de personnes éloignées de la pratique sensibilisées.</p>
<p><i>Critère bonus</i></p>	<p>6.5. En lien avec la collectivité territoriale, participer à la pérennisation des activités et de la/des association.s sportive.s au sein du territoire</p>	<p>Le rôle de la Ligue étant de développer la pratique sur le territoire, cette dernière soutiendra le club ASCPA à la suite de la compétition en essayant de l'aider à développer au maximum l'attractivité de ce club.</p> <p>Dans son objectif de développement de la pratique, la ligue veillera également, grâce à l'impulsion générée par la compétition, à pérenniser la pratique sur le territoire, notamment grâce à l'appui des collectivités territoriales.</p> <p>Évaluation / Résultats attendus :</p> <p>En ce qui concerne le club partenaire, nous espérons qu'il recense une augmentation de 10% de ses effectifs de licenciés. Quant à la pratique sur le territoire, nous avons pour objectif d'implanter la pratique en tant que vecteur d'attractivité pour le territoire, ce qui permettrait à la ligue d'accroître son importance aux yeux des collectivités territoriales partenaires, qui soutiendront davantage le développement de cette pratique.</p>

Annexe 5 : retranscription de l'entretien avec Monsieur Lajoie

Profil : Thomas Lajoie est un salarié du club ASCPA, chargé de l'animation auprès des différents publics.

Le Plan d'Animation Territorial

Q1 Selon vous, quelles sont les actions à mettre en place en priorité en parallèle d'un événement de cette envergure afin de développer le badminton sur le territoire ?

Les animations à mettre en place en priorité sont les animations avec les centres de loisir alentours ainsi que celles à destination des jeunes des alentours.

Q2 Qui seront les cibles principales et secondaires visées par les actions que vous mettrez en place ?

Le public que nous ciblerons sera principalement composé de jeunes, des filles, ainsi que des petits aux alentours de 8 ans. Nous ciblons ces publics car il s'agit de ceux qui sont le moins représentés dans le club, les adultes évoluant en "loisir" sont moins difficiles à faire venir au sein du club.

Q3 Quels sont les objectifs de ces actions ?

Ces actions ont pour but de faire connaître le club, ce qui, nous l'espérons, attirera de nouveaux licenciés.

Q9 Intervenez-vous fréquemment durant des événements sportifs ou en partenariat avec la mairie ?

Nous avons souvent des interventions en partenariat avec la mairie, dès qu'elle nous sollicite nous y allons, surtout dans les écoles et les centres de loisir. Nous avons très fréquemment des retours positifs de la part des encadrants, ce qui nous permet d'obtenir davantage de créneaux d'initiation dans ces structures.

Q10 Quels pourraient être les freins au bon déroulement de vos animations / actions ?

La date de l'évènement sera le plus problématique car les écoles seront fermées et beaucoup de jeunes de la ville seront en vacances.

Q11 Selon vous, serait-il intéressant de mettre en place un plan d'animation territorial lors de chaque évènement ou uniquement durant les plus importants ?

Je pense qu'il faut prioriser ces actions pour les événements les plus importants, principalement car les événements de moindre envergure se déroulent le week-end, ce qui limite l'impact sur les jeunes car les structures d'accueil sont fermées.

Q12 Comment évalueriez-vous la réussite de votre intervention (en terme d'impact immédiat, ou sur le long terme)

Nous évaluerons la réussite de ces actions en fonction du nombre de participants dans un premier temps, puis en termes de licenciés (nous espérons une dizaine d'inscriptions supplémentaires à la suite de la compétition).

Annexe 6 : retranscription de l'entretien avec Madame Wojdaniwicz

Partie 1 : Présentation

Q1 Au sein de quelle collectivité territoriale travaillez-vous ?

Je travaille au sein de la mairie de Pessac, dans le service Animations

Q2 Votre commune est-elle activement impliquée dans le domaine du sport ?

Oui

Partie 2 : Le Plan d'Animation Territorial

Q3 Selon vous, quelles sont les actions à mettre en place en priorité en parallèle d'un événement afin de toucher les jeunes éloignés de la pratique?

Les ateliers à mettre en place en priorité sont les ateliers ludiques et sportifs concernant le badminton dans le cas de cet événement, ainsi que des rencontres avec des professionnels de la discipline. Il est également important de communiquer dans les secteurs où les jeunes sont éloignés de la pratique (centres sociaux etc.)

Q4 Qui sont les cibles prioritaires vers qui il serait intéressant d'orienter ces actions ?

Les cibles prioritaires sont les filles ainsi que les jeunes issus de quartiers prioritaires.

Q5 Quels sont les enjeux de ces actions ?

Permettre la découverte d'un sport, l'ouverture d'esprit, la culture, peut-être faire émerger une passion, améliorer la santé, sensibiliser sur la sédentarité et les maladies associées.

Q6 Quels pourraient être les freins au bon déroulement de ces animations / actions ?

Les différents freins qui pourraient se manifester sont une mauvaise communication, un manque d'intérêt des jeunes ou un manque de moyens

Q7 Selon vous, serait-il intéressant de mettre en place un plan d'animation territorial lors de chaque événement ou uniquement durant les plus importants ?

Il faut mettre en place ce type de projet principalement lors des gros événements, puis si les moyens le permettent, lors des événements de moindre importance.

Q8 Avez-vous fréquemment recours à des partenariats de ce type avec d'autres compétitions sportives ?

Non

Annexe 7 : questionnaire à destination des pratiquants concernant leurs attentes durant l'évènement

Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ? *

- Moins de 18 ans
- 18 - 35 ans
- 35 - 55 ans
- 55 ans et plus

Pratiquez-vous le badminton en compétition ? *

- Oui
- Rarement
- Non

Assistez-vous à des compétitions en tant que spectateur ? *

- Oui
- Non

Dans le cas où vous pratiquez / assistez à des compétitions, que recherchez-vous durant ces dernières ?

- Une bonne organisation
- Un bon niveau de la part des joueurs
- Des animations / actions de sensibilisations annexes
- Une bonne ambiance générale
- Autre...

Pratiquez-vous un autre sport en compétition ? Ou assistez-vous à des compétitions dans d'autres sports ?

- Oui je pratique un autre sport en compétition
- Non je ne pratique pas d'autre sport en compétition
- Oui j'assiste à des compétitions d'autres sports
- Non je n'assiste pas à des compétitions d'autres sport

Si vous assistez à des compétitions d'autres disciplines, quels sont les actions qui pourraient manquer lors des compétitions de badminton ?

Réponse courte

Si vous ne pratiquez pas en compétition, qu'est ce qui pourrait vous faire changer d'avis ?

Réponse courte

Quelles animations en plus de la compétition seraient susceptibles de vous intéresser ? *

- Expositions sur les bienfaits du sport sur la santé
- Expositions sur les valeurs du sport et de l'olympisme
- Atelier sur le développement durable dans le sport
- Actions de sensibilisation sur les dérives dans le sport
- Atelier de découverte de marques locales
- Stand d'accompagnement à la création/développement d'une association sportive
- vente d'accessoires/cordage
- Stand solidaire concernant le recyclage du matériel sportif
- Animation Airbadminton
- Dégustation de produits locaux
- Formation continue
- Regroupement d'officiels techniques

Auriez-vous plutôt tendance à privilégier les événements mettant en place ce genre d'action ? *

- Oui
- Légèrement
- Non

A quel point seriez-vous intéressé pas ce genre d'action ? *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Très peu	<input type="radio"/>	Beaucoup									

De quelles autres animations souhaiteriez-vous profiter en tant que spectateur lors d'une compétition de Badminton ?

Réponse courte

Annexe 8 : retranscription de l'entretien avec Monsieur Borella

Profil : David Borella est le directeur de la Ligue Nouvelle-Aquitaine de Volley-Ball, et responsable de l'organisation des compétitions organisées sur le territoire.

Le Plan d'Animation Territorial

Q1 Comment décririez-vous avec votre propre définition un Plan d'Animation Territorial ?

Un plan d'animation territorial est un plan unifié d'actions permettant de créer une dynamique en sus de la dynamique sportive dans le cadre de son déploiement annuel.

Q2 Quelle est la volonté à l'origine de la mise en place d'animations autour des compétitions ?

Notre volonté est de porter nos objectifs transversaux par le plan d'animations : ateliers de sensibilisation sur la nutrition, lutte contre les discriminations, lutte contre toutes les formes de violences, promotion de notre région, promotion des valeurs éco-responsables

Q3 Qui est/sont la/les cible(s) principales et secondaires ?

Les cibles principales sont les pratiquants de nos activités, les cibles secondaires sont les accompagnants des pratiquants.

Q4 Quelles sont les parties prenantes à intégrer au PAT (privé, public, privé non marchand) et pourquoi ?

Privé : partenaires locaux (ex harmonie mutuel), public (conseil régional). Les partenaires privés et publics par l'animation d'activités parallèles se retrouvent dans les valeurs portées par nos projets et deviennent des partenaires économiques.

Q5 Est ce que ce genre d'action est fréquemment mis en place ? A partir de quel niveau d'organisation (départemental, régional, national...)?

Nos actions sont mises en œuvre dans les cadre des évènements régionaux à minima, nationaux et internationaux.

Q6 Quels sont les freins rencontrés dans la mise en place de ce type d'actions ?

Les freins sont très souvent le manque de main d'œuvre, car les stands sont animés par des bénévoles et les ressources sont souvent déjà très limitées et attribuées sur les actions cœur de métier.

Table des matières

Préambule.....	1
Remerciements	2
Liste des figures et tableaux	3
Liste des annexes.....	4
Dictionnaire des abréviations	5
Sommaire	6
Introduction	7
1. Le développement territorial, une multitude d’acteurs à diverses échelles de plus en plus impactés par le sport.....	11
1.1. Les différents acteurs territoriaux	12
1.1.1. L’Etat.....	12
1.1.2. Les Collectivités territoriales.....	12
1.1.2.1. Les régions	13
1.1.2.2. Les départements	15
1.1.2.3. Les communes	16
1.1.2.4. Les intercommunalités	17
1.1.3. Le secteur privé	18
1.2. Les acteurs et leur relation avec le sport.....	20
1.2.1. Les relations centrées sur le bien-être social	20
1.2.1.1. Les politiques sportives.....	20
1.2.1.2. Dans les entreprises.....	22
1.2.2. Les relations centrées sur le développement de la structure	23
1.2.2.1. Le développement du secteur privé par le sport	23
1.2.2.2. Le développement du secteur public par le sport.....	24
2. Le Plan d’Animation Territorial, les objectifs d’un concept durable aux acteurs variés	26
2.1. Panorama des objectifs du Plan d’Animation Territorial	27
2.1.1. Les objectifs définis par la FFBaD.....	27
2.1.1.1. Les actions de promotion	27
2.1.1.2. Les actions de développement	28

2.1.2.	Les objectifs définis par les organisateurs.....	30
2.1.2.1.	Les anciennes compétitions	30
2.1.2.2.	Le Victor Future Series Nouvelle-Aquitaine	32
2.2.	La mise en place du PAT.....	35
2.2.1.	Les actions concrètes prévues pour ce PAT.....	35
2.2.1.1.	Le versant social	37
2.2.1.2.	Le versant écologique	38
2.2.1.3.	Le versant économique	39
3.	Des enjeux et des freins à prendre en compte	40
3.1.	Les attentes des parties prenantes	40
3.1.1.	Les enjeux perçus par les intervenants.....	40
3.1.2.	Les attentes du public.....	42
3.1.2.1.	Les publics éloignés de la pratique	42
3.1.2.2.	Le public pratiquant	42
3.2.	Les difficultés de mise en place d'un PAT.....	44
3.2.1.	Les freins rencontrés	44
3.2.2.	La fréquence et le contexte de mise en place.....	46
	Conclusion.....	48
	Discussion	50
	Bibliographie.....	53
	Annexes	55
	Table des matières	81