



**AMBASSADE DE FRANCE EN CHINE  
SERVICE ECONOMIQUE REGIONAL DE PÉKIN**

Dossier suivi par : Lia-line GOUTTI

Pékin, le 21 décembre 2016

**NOTE**

**Objet : politique sportive chinoise et nouvelles opportunités économiques**

**Résumé :** la Chine redéfinit sa politique sportive depuis deux ans. Tout en répondant à des enjeux de santé publique, cette stratégie vise à structurer une industrie et créer de nouveaux marchés de consommation. Les objectifs ambitieux détaillés dans les récentes politiques publiques chinoises du sport sont porteurs d'opportunités renouvelées pour les entreprises françaises ; ces dernières peuvent notamment faire valoir un savoir-faire dans la conception de certains biens sportifs ainsi que dans l'aménagement et la gestion des sites. De façon indirecte, le développement d'une culture sportive en Chine peut également bénéficier à l'industrie touristique française, dans une perspective d'attractivité.

## Un nouveau cap pour le développement du sport en Chine

Depuis fin 2014, la Chine opère une redéfinition de sa politique sportive. Celle-ci met en étroite cohérence enjeux économiques et questions de santé publique. Ainsi, la stratégie « Healthy China 2030 »<sup>1</sup> s'intéresse non seulement à la promotion d'une activité physique régulière du plus grand nombre (et plus particulièrement dans le milieu scolaire) mais aussi au développement de l'industrie sportive. Cette convergence des préoccupations se retrouve dans tous les plans globaux récents : les « Propositions relatives à l'accélération du développement du secteur du sport et à la promotion de la consommation de biens et services sportifs » (10/2014), le « 13<sup>e</sup> Plan quinquennal pour le Sport » (05/2016), le « Plan Sport pour Tous » (06/2016), le « 13<sup>e</sup> Plan quinquennal pour le Sport et la Jeunesse » (09/2016) et les « Directives pour le développement du secteur du sport et du bien-être » (10/2016).

Dans cette logique, les objectifs formulés portent autant sur la pratique sportive que sur la contribution économique du secteur. **A horizon 2020**, ils sont de :

- **700 M** de personnes pratiquant le sport au moins une fois par semaine soit 51 % de la population (*65 % des Français pratiquent le sport au moins une fois par semaine d'après le Ministère des Sports – chiffre 2010*) ; **435 M** de personnes avec une pratique sportive régulière (contre 360 M en 2015). A plus longue échéance, l'objectif est de **500 M** de pratiquants réguliers en 2025 et de **530 M** en 2030.
- **1 500 Mds CNY** (210 Mds EUR) de consommation de biens et de services sportifs, celle-ci devant représenter **2,5 %** du revenu disponible des ménages (*1,2 % en France en 2012 - Ministère des Sports*).
- Une contribution au PIB à hauteur de **1 %** (contre **0,7 %** en 2015, avec **473,7 Mds CNY** de valeur ajoutée) ; cette contribution doit être assurée à **30 %** par les services sportifs.
- Une production de biens et de services sportifs de **3 000 Mds CNY**, et de **5 000 Mds CNY en 2025**. En 2014, celle-ci s'élevait à **700 Mds CNY**. La réalisation de l'objectif suppose une croissance annuelle moyenne de 44 % entre 2016 et 2020, puis de 14 % entre 2020 et 2025.

**Le 13<sup>e</sup> Plan quinquennal désigne un certain nombre de disciplines à développer en priorité.** Certaines font déjà l'objet de plans de développement ad hoc – le football, les sports d'hiver, les sports de montagne et de plein air, les sports nautiques. D'autres plus nouvellement identifiés pourraient faire l'objet de plans ultérieurs – sports traditionnels chinois (wushu, taijiquan, qigong) d'une part, et les sports de ballon (principalement basketball et volleyball), escrime, équitation, sport automobile, sports extrêmes, sports aériens d'autre part : **ceux-ci sont privilégiés en raison de leur attractivité et donc de leur potentiel marchand.**

Les politiques de développement par discipline reprennent l'approche duale visant d'une part à la hausse du nombre de pratiquants et d'autre part à la croissance en valeur de l'industrie sportive. Ainsi, la Chine vise un objectif de **50 M de personnes jouant régulièrement au football en 2020**. Les autorités misent désormais sur **50 M<sup>2</sup> de pratiquants directs des sports d'hiver à horizon 2022<sup>3</sup>** après avoir longtemps communiqué sur le chiffre de 300 M de personnes ; ce dernier doit correspondre au public participant de façon plus ou moins indirecte à des activités liées à ces sports. En parallèle, les pouvoirs publics chinois fixent des cibles de production par discipline **à horizon 2020 : 600 Mds CNY pour les sports d'hiver (et 1000 Mds en 2025), 400 Mds pour les sports de montagne et de plein air, 300 Mds pour les sports nautiques.**

<sup>1</sup> Plan publié fin octobre 2016, visant à améliorer tous les indicateurs de santé publique en Chine à 15 ans.

<sup>2</sup> Par comparaison, l'association américaine des sports de neige comptabilisait 41 M de pratiquants de sports d'hiver aux Etats-Unis pour la saison 2015/2016.

<sup>3</sup> Le Livre blanc de l'industrie du ski publié en février 2016 annonce 12,5 M de journées skieurs vendues en 2015.

## Une stratégie porteuse d'opportunités économiques, notamment pour l'offre étrangère

Les nouvelles orientations de la politique sportive chinoise sont porteuses d'opportunités renouvelées pour les entreprises : les autorités raisonnent dans une logique de dynamisation des territoires et de création de débouchés pour les acteurs économiques. Trois grands marchés sont appelés à croître, que sont ceux **des biens et équipements sportifs, de l'aménagement et de la gestion des sites sportifs et enfin du tourisme sportif**.

### Biens sportifs

L'industrie manufacturière de biens sportifs, qui représente près de 80 % du chiffre d'affaires (et plus de 70 % de la valeur ajoutée) du secteur du sport, est au cœur du projet chinois.

Les autorités entendent notamment stimuler la **diversification de l'offre de biens sportifs et la montée en gamme des acteurs**. Les principaux producteurs chinois de biens sportifs – Anta, Lining, Toread, 361° et Peak – sont **principalement positionnés sur le marché des vêtements et chaussures de sport** (production et distribution), qui représente plus de 95 % de leur chiffre d'affaires (à l'exception de Lining). Si Anta est engagé depuis 2015 dans un renforcement de son offre vers les nouvelles disciplines prioritaires<sup>4</sup>, celle-ci reste centrée sur l'habillement sportif. **De facto, les entreprises étrangères au positionnement généraliste (habillement et accessoires, diversité de disciplines) devraient être les principales bénéficiaires de la réorientation chinoise à court terme.**

L'appui à l'industrie manufacturière chinoise doit notamment se concrétiser par la **création de clusters spécialisés**, notamment pour les sports d'hiver (2 clusters d'ici à 2020, 5 clusters d'ici à 2025) mais aussi pour les sports nautiques. Les entreprises présentes dans les sports de montagne et de plein air sont encouragées à se développer par **fusion-acquisitions, y compris vers l'étranger**, pour l'acquisition de technologies et de savoir-faire. La Chine encourage enfin le développement d'une offre « **Internet + Sport** » - wearables, applications mobiles liées au sport et services O2O.

La Chine enregistre un **excédent commercial** important sur les biens sportifs, de 17,6 Mds USD en 2015 pour un total d'échanges de 19,6 Mds USD. Ce volume d'exportations est toutefois en grande partie **imputable à la présence des entreprises étrangères**, qui ont localisé ou sous-traitent leur production sur place. A terme, la Chine entend **juguler sa dépendance à l'étranger en créant des champions nationaux et en réduisant graduellement ses importations**. Seule exception notable à cette stratégie, le *Plan de démocratisation des sports d'hiver* préconise de **faciliter l'importation de produits étrangers indispensables à la mise en œuvre rapide de projets en lien avec les sports d'hiver et non produits localement, éventuellement par des exemptions de droits de douane**.

### Infrastructures et gestion des sites sportifs

Le projet sportif chinois est sous-tendu par des investissements massifs en termes d'infrastructures sportives. Les autorités centrales entendent porter la surface moyenne pour la pratique sportive par habitant de **1,5 m<sup>2</sup> fin 2014 à 1,8 m<sup>2</sup> en 2020, 2 m<sup>2</sup> en 2025 et 2,3 m<sup>2</sup> en 2030**. Par ailleurs, elles affichent l'ambition de permettre l'accès pour tous les résidents urbains à un espace de pratique sportive à **15 minutes de leur logement**.

---

<sup>4</sup> En décembre 2015, Anta a acquis la société russe Sprandi, spécialisée dans les produits pour la randonnée et le cyclisme. Le groupe chinois a par ailleurs conclu un accord de coentreprise en avril 2016 avec les Japonais Itochu et Descente Global Retail pour pénétrer le marché chinois des sports d'hiver.

Les politiques sportives comportent des objectifs chiffrés détaillés de construction d'espaces sportifs :

- **70 000 terrains de football** à horizon 2020 (soit **60 000 à construire ou rénover sur 5 ans**), afin d'atteindre un **taux de 1 terrain pour 20 000 personnes** (voire pour 14 000 si les conditions le permettent).
- Au moins **650 centres de patinage** à horizon 2022, dont au moins **500 nouvellement bâtis**. Toutes les villes de plus de 500 000 habitants doivent disposer d'une patinoire. Ce plan n'inclut pas les patinoires temporaires installées en période hivernale, initiatives toutefois fortement encouragées partout où le climat le permet.
- Au moins **800 pistes de ski** à horizon 2022, soit au moins **240 supplémentaires. 3500 kilomètres de pistes**, soit au moins **2500 kilomètres supplémentaires** (*nb : les cinq plus grands domaines français additionnés représentent 2200 kilomètres*).
- **50 routes de randonnées et de cyclisme.**
- **10 centres nautiques nationaux**, et la construction de nombreux points d'amarrage.

**Cet ambitieux plan soulève un défi sur le plan du financement**<sup>5</sup> pour les autorités locales auxquelles est déléguée sa mise en application. Au-delà de l'investissement initial pour la construction des nouveaux sites, il leur appartient d'adopter **un mode de gestion permettant la pérennisation des infrastructures et leur ouverture au plus grand nombre, à moindre coût pour les usagers**. Les pouvoirs centraux préconisent une ouverture massive aux capitaux privés et l'adoption de partenariats public-privé. Cette problématique peut constituer **une opportunité pour des acteurs étrangers dotés d'une expertise dans le domaine, alors que les investissements étrangers dans le domaine sont explicitement encouragés**<sup>6</sup>. Prenant acte du lien que les ministères chinois souhaitent établir entre développement sportif et valorisation des espaces naturels – marqué par le choix des sports à promouvoir en priorité - l'expertise étrangère est également mobilisable en matière d'**aménagement des domaines alpins et plus largement de développement touristique** ; les récentes opérations menées par les groupes Fosun et HNA témoignent du vif intérêt chinois pour ce savoir-faire<sup>7</sup>.

### Attractivité touristique

La stratégie chinoise est enfin adossée à une campagne conséquente pour la promotion des nouvelles disciplines sportives. **Les efforts qu'entend en particulier consacrer la Chine à la promotion des activités liées aux sports d'hiver, et notamment au tourisme en montagne, sont de nature à créer des opportunités pour les pays disposant d'une offre déjà développée**. Dans une moindre mesure, la diffusion de la « culture des sports nautiques » auprès du public chinois peut également générer des retombées touristiques.

---

<sup>5</sup> S'il n'est pas mentionné textuellement, le modèle de la loterie sportive, outil traditionnel de financement des infrastructures sportives, devrait également contribuer à cet effort. Après un recul des ventes en 2015 (-3,8 %), la loterie sportive enregistre un retour à la croissance en 2016, avec +12,4 % de ventes en g.a sur les 10 premiers mois de l'année. Si la légalisation des paris sportifs sur les championnats chinois ne semble pas encore d'actualité, les besoins de financement pourraient constituer une motivation pour une éventuelle ouverture à moyen terme.

<sup>6</sup> Le Catalogue des investissements (version 2015 et version provisoire 2016) classe « la gestion de sites sportifs, la formation et les services pour le sport » parmi les secteurs où l'investissement étranger est encouragé.

<sup>7</sup> Achat du Club Med en février 2015 par Fosun, partenariat stratégique entre HNA et Pierre et Vacances signé en novembre 2015, proposition d'entrée au capital de la Compagnie des Alpes par Fosun.

## Annexe – Récapitulatif des objectifs par discipline

<b>FOOTBALL</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 50 M de pratiquants réguliers (2020)</li> <li>• 70 000 terrains de football (2020) soit 1 pour 20 000 habitants</li> <li>• 2 bases d'entraînement pour l'équipe nationale</li> <li>• 20 000 écoles spécialisées (2020) ; 50 000 (2025)</li> <li>• 50 000 encadrants formés (2020)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recherche d'expertise étrangère pour la formation</li> <li>• Acquisitions de clubs étrangers (12 achats ou prises de participation dans des clubs européens depuis 2015)</li> <li>• Achat de joueurs (Chinese Super League au second rang mondial lors des mercatos 2016)</li> <li>• Sponsoring (FIFA pour Wanda, UEFA pour Hisense)</li> </ul>
<p><i>Mesures pour le développement et la réforme du football chinois, mars 2015 ; Plan de moyen et long terme pour le développement du football, avril 2015 ; Plan national de création de terrains de football (2016-2020), mai 2016</i></p>
<b>SPORTS D'HIVER</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 50 M de pratiquants directs (2022)</li> <li>• 300 M de participants à des activités liées aux sports d'hiver (2022)</li> <li>• 650 centres de patinage (2022)</li> <li>• 800 pistes de ski, pour un total de 3500 kilomètres (2022)</li> <li>• Production de 600 Mds CNY (2020) ; 1000 Mds CNY (2025)</li> <li>• 2 clusters spécialisés (2020) ; 5 clusters (2025)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Focus territorial sur le Grand Pékin, le Nord-Est et le Xinjiang</li> <li>• Campagne de promotion autour des sports d'hiver</li> <li>• Intégration des sports d'hiver aux programmes scolaires dans les zones s'y prêtant</li> <li>• Développement de l'industrie : équipements pour ces sports, dont équipements de protection, infrastructures, télécabines, vêtements et chaussures.</li> </ul>
<p><i>Plan de développement des sports d'hiver, novembre 2016 ; Plan national de construction d'infrastructures pour les sports sur neige et sur glace (2016-2022), novembre 2016 ; Plan de démocratisation des sports d'hiver, novembre 2016</i></p>
<b>SPORTS DE MONTAGNE ET PLEIN AIR (cyclisme, course à pied, randonnée, alpinisme, escalade, orientation)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Production de 400 Mds CNY (2020)</li> <li>• 50 routes de randonnée et cyclisme (2020)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Routes à développer pour la marche et/ou le cyclisme :             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Nord-Sud : routes des Monts Taihang, de Hui-hang, de Xu Xiake, du Grand Canal, de Xi'an-Chengdu, de Xining-Golmud</li> <li>○ Est-Ouest : routes de la Soie, de Dangla-Lhassa, du Yangtze, route nationale 318</li> </ul> </li> <li>• Développement de l'industrie : équipements pour les sports de plein air, camping-car, téléphériques</li> <li>• Internet Plus Sport : développement de wearables et applications O2O</li> <li>• Campagne afin de stimuler l'intérêt du public pour ces sports et la consommation de biens associés.</li> </ul>

*Opinion du Conseil des Affaires d'Etat afin de stimuler la consommation et l'investissement dans le tourisme, août 2015*

*Plan de développement du secteur des sports de montagne et de plein air, novembre 2016*

**SPORTS NAUTIQUES (voile, surf, plongée, canoë-kayak, rafting)**

- 10 centres nautiques nationaux
  - Production de 300 Mds CNY (2020)
- 
- Recherche d'expertise étrangère pour la formation
  - Développement de l'industrie : navires, matériel de plongée, matériel de voile, équipements pour la sécurité et le sauvetage notamment.

*Plan de développement du secteur des sports nautiques, novembre 2016*