



# 2022

## ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE LES PROPOSITIONS DE L'ANLSP

*LE SPORT PROFESSIONNEL  
UN SECTEUR À PART ENTIÈRE*

### **ANLSP**

ASSOCIATION NATIONALE  
DES LIGUES DE SPORT PROFESSIONNEL

## SOMMAIRE

---

PRÉSENTATION DE L'ANLSP	3
LE SPORT PROFESSIONNEL, UN SECTEUR À PART ENTIÈRE	5
LES PROPOSITIONS DE L'ANLSP	8

**#01**

**PRÉSENTATION  
DE L'ANLSP**

Les ligues professionnelles dotées d'une personnalité juridique propre ont décidé d'unir, en 2006, la diversité de leurs disciplines et la convergence de leurs intérêts au sein de l'Association Nationale des Ligues de Sport Professionnel (ANLSP) qui regroupe les ligues professionnelles de Basketball, de Cyclisme, de Football, de Handball, de Rugby et de Volley-Ball.

Les six ligues de l'ANLSP regroupent près de 200 clubs et équipes professionnels et organisent une vingtaine de compétitions sportives et près de 45 épreuves cyclistes par saison.

Trois axes principaux ont motivé la création de l'ANLSP et animent son action :

- Permettre au sport professionnel français de se développer et d'être compétitif face à une multiplication de l'offre sportive internationale.
- Participer à la gouvernance du sport français et contribuer à l'unité du mouvement sportif.
- Être un outil de développement pour chacune des ligues en mutualisant leurs expériences.

L'ANLSP assure le suivi des réglementations et veille à faire évoluer favorablement l'environnement juridique, économique et social du sport professionnel en sauvegardant les valeurs du sport et notamment les fondements du « modèle européen », basé sur l'unité, la solidarité, la transparence, la formation et la performance.

L'ANLSP, interlocutrice des pouvoirs publics et des autorités administratives, membre à part entière du mouvement sportif travaille étroitement avec l'ensemble des acteurs et des structures ayant un impact sur l'environnement du sport professionnel.

L'ANLSP est présidée par David TEBIB

### **Les compétitions et manifestations organisées par les ligues professionnelles membres de l'ANLSP**

- Ligue Nationale de Basket : Betclic Elite (1<sup>ère</sup> division professionnelle), Pro B (2<sup>ème</sup> division professionnelle), le Championnat Espoirs de première et de deuxième division, All Star Game.
- Ligue Nationale de Cyclisme : Co-organisation du championnat de France route et du calendrier des épreuves professionnelles françaises.
- Ligue de Football Professionnel : Ligue 1 Uber Eats, Ligue 2 BKT, Trophée des Champions.
- Ligue Nationale de Handball : Liqui Moly StarLigue, Pro Ligue, Coupe de la Ligue, Trophée des Champions.
- Ligue Nationale de Rugby : TOP 14, PRO D2, In Extensio Super Sevens.
- Ligue Nationale de Volley : Ligue A masculine, Ligue A féminine, Ligue B masculine, les Supercoupes.

**#02**

**LE SPORT PROFESSIONNEL,  
UN SECTEUR À PART ENTIÈRE**

La présidentielle à venir et la législature 2022-2027 doivent-être l'occasion de mettre en œuvre une politique sportive ambitieuse donnant la place au sport professionnel qui lui revient dans notre société, notre économie, nos territoires et à l'international.

Le modèle sportif français est fondé sur le principe d'un lien étroit entre le sport amateur et le sport professionnel, avec comme instruments les conventions passées entre les fédérations et les ligues professionnelles, entre les sociétés et les associations sportives et par de nombreux mécanismes de solidarité financière qui représentent pour les six disciplines de l'ANLSP un apport annuel pour le sport amateur de près de 200 millions d'euros. La force du modèle sportif français réside également dans son exigence d'éthique, sa formation et son contrôle de gestion.

L'élaboration et le respect de règlements sportifs, juridiques et financiers, la lutte contre la manipulation ou toute altération de la sincérité du déroulement de leurs compétitions, la préservation de l'aléa sportif, la vente centralisée des droits, la protection de la santé des acteurs du jeu et de la sécurité des spectateurs, le refus de toute violence et xénophobie sont au cœur de la professionnalisation du sport français.

Les ligues professionnelles s'inscrivent pleinement dans ce système, défendent et mettent en œuvre ses principes et ses valeurs auprès des clubs, des sportifs, des entraîneurs, des arbitres, des supporters et des partenaires. Les structures professionnelles (clubs, équipes,...) sont en relation très étroite avec leur territoire participant grandement au développement du sentiment d'appartenance et au lien social, notamment dans des endroits où les vecteurs de socialisation se font de plus en plus rares. Dans ce cadre, les structures et leurs sportifs professionnels mènent de nombreuses initiatives dans le domaine de l'action sociale en collaboration avec le tissu associatif et les territoires concernés.

Le sport professionnel est un phénomène de société majeure drainant un grand nombre de spectateurs et de téléspectateurs suscitant de nombreuses passions et vocations. Cinq des dix plus importantes audiences de 2021 sont des retransmissions sportives. Il s'agit aussi d'un secteur économique en tant que tel, avec ses enjeux, ses besoins et ses atouts. Près de 3.500 sportifs professionnels, 2.400 sportifs en formation et 900 entraîneurs évoluent dans les clubs et centre de formation de basket, football, handball, rugby et volley professionnel ainsi que les équipes cyclistes.

Les 200 clubs et équipes cyclistes rattachés aux six ligues professionnelles représentent des milliers d'emplois non délocalisables et un chiffre d'affaire de près de 2,5 milliards. Le sport professionnel génère des dizaines de milliers d'emplois avec toutes les activités relatives au fonctionnement des structures, à l'organisation et à la retransmission des compétitions, aux déplacements et la consommation du public, au développement des partenariats et la commercialisation des produits dérivés, à l'exploitation des enceintes sportives ... En prenant également en compte l'ensemble des activités connexes liés au sport professionnel (prestataire, médias, équipement, restauration, transport...) ce dernier est une véritable filière économique et un réel moteur de croissance pour le PIB de la France.

Le sport professionnel fait l'objet d'un encadrement et d'une régulation que les ligues professionnelles sont amenées à réévaluer en permanence, les seules forces du marché ne permettant pas de répondre aux enjeux d'équité et de morale sportives. Le sport ne peut pas être traité comme une activité économique ordinaire, sous peine de porter une atteinte irréversible à ses valeurs sociales, éducatives, culturelles et à remettre en cause l'équité des compétitions. Cet enjeu doit être porté au plan européen où les autorités françaises et le mouvement sportif doivent intensifier leur engagement pour que la politique communautaire ne conduise pas à une assimilation du sport à une activité économique comme les autres.

Les clubs professionnels de basket, de football, de handball, de rugby, de volley et les équipes cyclistes sont aussi confrontés à la nécessité de se renforcer économiquement pour être en mesure de conserver leurs meilleurs sportifs et de mener des politiques sportives ambitieuses dans le contexte d'un marché ouvert et très concurrentiel au plan européen. Alors que les effets économiques de la crise de la Covid 19 sont encore une réalité, il s'agit d'une nécessité pour la survie des structures professionnelles, l'attractivité des championnats nationaux et compétitions de nos différentes disciplines.

Le maillage du sport professionnel, le maintien de la diversité de nos courses cyclistes sur l'ensemble de notre territoire est un défi et une préoccupation qui doivent nous engager collectivement. La formation et la reconversion des sportifs, la diversification des investissements et des ressources, la montée en puissance des clubs dans l'exploitation et la maîtrise de leur outil de travail que sont les enceintes sportives, sont des thèmes qui sont, de l'avis de tous, d'une urgence prioritaire pour maintenir la performance et la compétitivité du sport français. Les clubs professionnels doivent pouvoir générer plus de ressources propres et attirer davantage d'investisseurs privés engagés dans des logiques sportives de long terme.

Enfin, l'organisation du sport doit être à même de permettre à chaque acteur d'exercer ses missions en responsabilité avec des droits et de devoirs clairement identifiés. Une clarification des conditions d'exercice de la mission des ligues professionnelles et de la répartition des compétences avec les fédérations est nécessaire afin d'assurer la conduite de politiques assurant à la fois l'intérêt général de la discipline et l'efficacité de leur action.

**#03**

**LES PROPOSITIONS  
DE L'ANLSP**

## PROTÉGER AU NIVEAU EUROPÉEN LES CHAMPIONNATS NATIONAUX, LES ÉQUIPES NATIONALES ET LES POLITIQUES DE FORMATION DES SPORTIFS

---

L'entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> décembre 2009 du Traité sur le Fonctionnement de l'Union Européenne (TFUE) avec pour la première fois l'intégration du sport parmi les compétences de l'Union européenne avec les articles 6 et 165 a récompensé un engagement de longue date des autorités françaises et du mouvement sportif pour l'inscription dans le droit et la politique communautaire de la nécessité de préserver le sport de certaines dérives pouvant découler d'une dérégulation excessive.

La résolution du Parlement européen du 23 novembre 2021 et celle du Conseil européen du 30 novembre 2021 vont dans le bon sens en définissant un modèle sportif européen basé sur l'ouverture des compétitions avec le principe du mérite sportif, la nécessité de la formation, de la solidarité et l'importance des équipes nationales.

Il demeure primordial que les autorités françaises et le mouvement sportif continuent cette mobilisation afin d'éviter que les règles de droit commun ne s'appliquent pas de façon indifférenciée au sport professionnel. Il en va de la préservation de l'équilibre compétitif entre ses acteurs en reconnaissant notamment les outils de régulation des rémunérations, de protection de la formation mais aussi en protégeant les prérogatives et les compétitions des fédérations et des ligues professionnelles, des championnats nationaux comme des compétitions d'équipes nationales.

## MODERNISER LES RELATIONS ENTRE LES FÉDÉRATIONS ET LES LIGUES PROFESSIONNELLES

Les dispositions régissant les relations entre les fédérations et les ligues professionnelles ont été fixées il y a près de 20 ans avec la loi du 6 juillet 2000 et le décret n°2002-762 du 2 mai 2002. Les ligues professionnelles ont démontré leur capacité à développer le secteur professionnel dans le respect des équilibres économiques, culturels et sociologiques autour des villes et bassins de population dans lesquels se situent les clubs qui sont leurs membres, ceci dans un contexte de concurrence internationale accrue et de recul progressif du soutien financier des collectivités locales au sport professionnel.

La pertinence du modèle de gestion du secteur professionnel à travers une ligue dédiée, disposant d'une gouvernance et d'une organisation ad hoc, est éprouvée. Ce modèle doit désormais être conforté et modernisé afin de prendre en compte les profondes évolutions de l'environnement du sport professionnel intervenues depuis le début des années 2000. Dans ce contexte, une réforme est désormais indispensable avec un double objectif de renforcement des moyens d'action dont ont besoin les ligues professionnelles pour assurer la pérennité et le développement des compétitions dont elles ont la responsabilité, tout en maintenant un indispensable lien de solidarité avec le secteur amateur et les équipes nationales.

A cet égard, la loi du 24 août 2021 confortant le respect du principe de la République n'a pas apporté la réforme globale et cohérente attendue depuis des années pourtant préconisée par les nombreuses études menées sur ce sujet : la « Grande Conférence du Sport Professionnel » en avril 2016, la mission d'information du Sénat « Gouvernance du Football » en février 2017, le rapport « Nouvelle Gouvernance du Sport » en octobre 2018 et le rapport de l'Inspection Générale Jeunesse et Sports en août 2019.

Il est urgent de répondre à de nombreux enjeux par une approche équilibrée, nécessaire à une relation de qualité entre les fédérations et les ligues professionnelles et le développement du sport français.

Le premier volet de la réforme consiste à permettre aux ligues professionnelles - et donc au secteur professionnel dont elles ont la charge - de disposer de la visibilité nécessaire à leur action :

- Clarifier la pérennité de la subdélégation consentie à la ligue professionnelle, notamment en la déconnectant de la conclusion de la convention fédération/ligue.
- Définir la procédure de retrait éventuel de la délégation à une ligue professionnelle.
- Donner plus de souplesse aux fédérations et aux ligues pour fixer la durée de leur convention.

Le second volet, en cohérence avec le premier, consiste à clarifier la relation entre la fédération et la ligue professionnelle :

- Définir dans le code du sport un bloc de compétences des ligues professionnelles intégrant notamment la maîtrise de la commercialisation des droits d'exploitation des compétitions dont elles ont la responsabilité, tout en confortant le principe de solidarité, les équipes nationales et le soutien à la formation.
- Confirmer le pouvoir de réforme par les fédérations des décisions des ligues.
- Assurer la représentation des ligues professionnelles dans l'instance dirigeante des fédérations.

## RÉVISER LE DISPOSITIF DE L'EXPLOITATION DE L'IMAGE DES SPORTIFS ET DES ENTRAÎNEURS

L'exploitation commerciale de l'image, du nom et de la voix des sportifs et entraîneurs professionnels sur des supports publicitaires associant l'image du club dans le cadre de contrats commerciaux entre ce dernier et un annonceur ou un prestataire est définie respectivement par l'article 17 de la loi n° 2017-261 du 1er mars 2017 visant à préserver l'éthique du sport, à renforcer la régulation et la transparence du sport professionnel et à améliorer la compétitivité des clubs, le décret n° 2018-691 du 1er août 2018 et une instruction interministérielle du 2 juillet 2019.

L'usage des contrats relatifs à l'exploitation commerciale de l'image, du nom ou de la voix en vigueur n'est aujourd'hui le fait que de quelques joueurs et entraîneurs professionnels de rugby. Le basket est la seule autre discipline sportive à avoir conclu un accord national collectif définissant les critères d'application du dispositif de la redevance mais pour les seuls entraîneurs mais sans le mettre en action à ce jour, estimant que le mécanisme ne revêt pas suffisamment de certitudes sociales et fiscales pour les salariés et les employeurs.

Fort de cette réalité, une mission d'évaluation de l'Assemblée nationale de la loi n° 2017 261 du 1er mars 2017 publiée le 22 juillet 2020 pose la question d'une occasion manquée au sujet de ce dispositif de l'exploitation commerciale de l'image des sportifs et des entraîneurs : *« Au terme des travaux de la mission, le bilan se révèle toutefois sans appel : quoiqu'il poursuive des objectifs similaires, le contrat relatif à l'exploitation commerciale de l'image, du nom ou de la voix des sportifs et des entraîneurs peine à convaincre. Pire : alors même que le cadre juridique de sa mise en œuvre paraît stabilisé avec la publication du décret d'application attendu et d'une instruction interministérielle, il tend à susciter une défiance assez perceptible au sein du mouvement sportif ».*

La non-application de ce dispositif de la loi de 2017 ne tient pas à une inadéquation du décret et de la circulaire mais de la loi dont découlent ces deux textes d'application. De la même manière la réponse ne peut pas se réduire à la définition d'un contrat redevance type qui corrigerait les carences du dispositif. C'est bien l'article 17 de la loi n° 2017-261 du 1er mars 2017 qu'il faut réviser.

L'ANLSP, le COSMOS (Conseil Social du Mouvement Sportif) , la FEP (Fédération des Entraîneurs Professionnels), la FNASS (Fédération Nationale des Associations et Syndicats de Sportifs) et UNIPROS (organisation patronale représentant les clubs employeurs des sports collectifs professionnels) se sont accordés sur des principes de réforme de ce dispositif de l'exploitation de l'image des sportifs et des entraîneurs :

- Faire évoluer la redevance en élargissant l'assiette des recettes éligibles ;
- Forfaitiser une part des dites recettes et de la rémunération d'image versée aux sportifs et aux entraîneurs.
- Permettre aux partenaires sociaux de fixer par discipline un seuil de déclenchement et les critères collectifs de forfaitisation de la redevance d'image versée aux sportifs et entraîneurs.
- Autoriser le versement de la redevance indifféremment à une personne physique ou morale.
- Simplifier la gestion administrative de ce dispositif par les acteurs.

## CRÉER UNE MESURE DE SOUTIEN AU SPONSORING SPORTIF

---

La plupart des clubs professionnels, les équipes et clubs organisateurs d'épreuves cyclistes ont des capitaux propres bien inférieurs au seuil requis pour justifier une solidité économique à même de permettre l'endettement auprès des banques, d'attirer des investisseurs, de mettre en œuvre des politiques ambitieuses. Ils ont besoin de sécuriser juridiquement les politiques menées, d'augmenter leurs capitaux propres, de diversifier les ressources de financement. Les caractéristiques particulières de l'activité sportive marquée notamment par l'aléa des résultats et les possibilités de relégation, justifient la mise en place de mesures d'accompagnement afin de créer des conditions plus favorables à l'investissement dans les clubs professionnels et les structures cyclistes.

Le sport français est confronté à la nécessité de se renforcer économiquement pour mener des politiques sportives plus ambitieuses afin notamment de pouvoir rivaliser sur la scène européenne. Il est important de prendre en compte les conséquences de la crise de la Covid 19, et de réfléchir aux nouvelles manières de soutenir les clubs et les équipes cyclistes. Ceci implique notamment d'envisager la mise en place d'un crédit d'impôt transitoire, qui viendrait soutenir les entreprises faisant le choix d'investir dans le parrainage sportif et accompagnerait ainsi la relance économique des clubs. Le sponsoring est une composante essentielle du financement du sport professionnel et amateur directement et par les mécanismes de solidarité.

Cette préoccupation a fait l'objet dans la loi de finances rectificative pour 2021 d'un article demandant au gouvernement de remettre au Parlement, dans un délai de trois mois à compter de la publication de la présente loi, un rapport concernant les moyens d'encourager les dépenses de partenariat sportif des entreprises dans la perspective de l'accueil des Jeux olympiques et paralympiques de Paris en 2024.

## CONSERVER LE BÉNÉFICE DU RÉGIME DE L'IMPATRIATION LORSQU'UN SPORTIF CHANGE DE CLUB

---

Toutes les disciplines sont soumises à la même exigence de compétitivité, notamment européenne, et à la nécessaire attractivité de sportifs étrangers de grande qualité.

Le régime de l'impatriation institué par l'article 155 B du Code Général des Impôts constitue à ce titre un outil primordial utilisé par des clubs professionnels. Il est nécessaire d'appliquer l'évolution apportée à ce régime en 2015 aux clubs et équipes professionnels afin qu'il soit pleinement efficient comme pour les autres domaines d'activité.

La loi n° 2015-990 du 6 août 2015 « pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances » a en effet modifié l'article 155B en permettant le maintien du bénéfice du régime d'exonération au salarié changeant d'entreprise établie en France appartenant au même groupe. Cette évolution salubre pour certains grands groupes est inapplicable en l'état au secteur sportif. Ainsi, un joueur employé par un club français qui souhaiterait évoluer au sein d'un autre club français n'est plus éligible au dispositif d'impatriation et risque ainsi d'être incité à aller évoluer au sein d'un club étranger où le régime fiscal lui serait plus favorable. Le sportif étranger ne peut pas solliciter une deuxième fois le régime de l'impatriation s'il change d'employeur et ce même s'il n'est pas arrivé aux termes des huit années civiles d'application du régime.

Le dispositif d'impatriation ayant pour vocation initiale d'attirer des talents au sein d'entreprises françaises, il serait donc très bénéfique au sport professionnel français de permettre aux sportifs de conserver leur statut d'impatrié lorsqu'ils changent de club pour évoluer dans les compétitions professionnelles françaises.

## PERMETTRE AUX LIGUES PROFESSIONNELLES DE COMMERCIALISER LES DROITS AUDIOVISUELS DE LEURS COMPÉTITIONS POUR UNE DURÉE SUPÉRIEURE À 4 SAISONS

---

Les droits audiovisuels des compétitions professionnelles constituent une part importante des revenus des ligues et par conséquent des clubs dans plusieurs disciplines, et sont déterminant pour l'exposition de la discipline et donc son attractivité auprès du public et des partenaires économiques.

La commercialisation des droits audiovisuels considérés comme les plus impactant sur le marché est d'ores et déjà très encadrée par les dispositions du Code du Sport et/ou par les positions adoptées par l'Autorité de la Concurrence. Dès lors, toute contrainte réglementaire ou institutionnelle supplémentaire viendrait fragiliser les ligues dans la commercialisation des droits, alors qu'elles doivent faire face à un marché complexe et mouvant.

Plusieurs ligues sont tenues de limiter la commercialisation des droits à des cycles de 4 saisons et doivent donc remettre à intervalles très courts les droits sur le marché avec tous les risques - en termes de revenus et d'exposition - associés. Or, la durée des contrats de droits audiovisuels est un élément clé pour les ligues et leurs clubs, qui ont besoin de visibilité pour s'engager dans des plans d'investissement ou de développement à long terme.

Au-delà des risques pour l'organisateur et pour le diffuseur sortant, ce transfert permanent des compétitions d'un diffuseur à l'autre sur de courtes périodes pénalise également les fans, qui potentiellement doivent en cas de changement de diffuseur modifier leurs abonnements pour suivre leurs compétitions préférées. Par ailleurs, cette limitation stricte de la durée des contrats peut ne pas inciter le diffuseur à investir dans la compétition, puisqu'il n'a pas de visibilité sur sa capacité à l'exploiter dans la durée dans une logique de partenariat

A l'inverse, dans d'autres pays, des ligues commercialisent leurs droits audiovisuels pour des très longues durées (exemple des Etats-Unis, où la NBA a vendu ses droits pour 9 ans en 2014, et où la NFL vient de vendre les siens sur 10 ans sur les saisons 2023 à 2033).

Une augmentation de la durée possible des contrats - dans le respect des contraintes du droit européen - pour les compétitions actuellement limitée à 4 saisons irait dans le sens d'une sécurisation des revenus de la filière et de la capacité des ligues et des clubs à se projeter dans des stratégies de long terme. Elle permettrait également aux diffuseurs d'investir dans les compétitions avec un plus grand confort sur le retour économique de leur investissement. Elle serait également favorable aux consommateurs qui seraient moins confrontés à des changements d'abonnements du fait des résultats de la commercialisation des droits de leur(s) compétition(s) préférée(s).

## LEGALISER LA PUBLICITE VIRTUELLE

---

L'Union européenne a défini et validé le recours à la technique de la publicité virtuelle à l'occasion de la directive «Services de médias audiovisuels» du 10 mars 2010. La publicité virtuelle est *«le fait d'utiliser des techniques virtuelles pour insérer des messages publicitaires, notamment lors de la diffusion d'événements sportifs, par remplacement virtuel des panneaux publicitaires existants sur le terrain ou par incrustation de nouvelles images (le cas échéant, tridimensionnelles)»*.

Cette technique nécessite pour son application en France une évolution du cadre réglementaire car selon le décret du 27 mars 1992 les messages ou séquences de messages publicitaires doivent être aisément identifiables comme tels et nettement séparés du reste du programme, avant comme après leur diffusion, par des écrans reconnaissables.

Les ligues professionnelles souhaitent pouvoir recourir à une telle technique lors de la diffusion des matches ou des courses en direct et en différé des compétitions qu'elles organisent sur des emplacements habituellement réservés aux publicités matérielles et sur les pelouses, les parquets ou sur les routes, ainsi que pendant les phases d'échauffements et de protocole d'avant match ou d'après course.

Le recours à la publicité virtuelle devrait être autorisé dans les conditions fixées par les recommandations de la Commission européenne :

- La présence d'insertion virtuelle doit-être signalée aux téléspectateurs, par des moyens appropriés, au début et à la fin de l'émission concernée ;
- L'utilisation des procédés de publicité virtuelle, ne doivent en aucun cas altérer la qualité éditoriale de diffusion des rencontres sportives et modifier la perception ou la compréhension de l'évènement.

Une telle évolution revêtirait de multiples avantages :

- suppression du marquage sur les terrains sportifs ou les routes avec les économies afférentes notamment pour les collectivités locales ;
- suppression du risque de chute pour les coureurs cyclistes en raison des surfaces des publicités pouvant être glissantes et des arches des courses enjambant la chaussée lorsqu'elles se dégonflent ;
- prise en compte des éventuels problèmes techniques posés par le développement des pelouses synthétiques ;
- facilitation de l'exploitation multisports des équipements (dans le cas des salles partagées par les disciplines du basket, du hand et du volley mais aussi dans le cas de la coexistence des matches de rugby et de football) ;
- souplesse pour la diffusion de la publicité à l'international.

Cette évolution n'accentuerait pas l'offre publicitaire car il s'agit d'offrir un vecteur différent pour des emplacements publicitaires déjà autorisés physiquement par les règlements des organisateurs nationaux et internationaux.

## REFORMER LES CONDITIONS DE LA MISE À DISPOSITION DES FORCES DE L'ORDRE POUR LES MANIFESTATIONS ET COMPÉTITIONS SPORTIVES

---

Les décrets et les arrêtés du 28 octobre 2010 du ministère de l'intérieur ont profondément modifié les conditions de remboursement à l'Etat des frais engagés pour les manifestations sportives lorsque l'intervention des forces de sécurité dépasse « les obligations normales incombant à la puissance publique ».

Le coût de la mise à disposition des agents de la force publique et du matériel afférents à leur fonction de sécurité a fortement augmenté et impacte gravement les clubs et les organisateurs de courses cyclistes. Pour certaines d'entre elles cette augmentation met en danger leur existence même alors qu'elles font partie du patrimoine sportif français. Il est nécessaire d'effectuer une remise à plat du dispositif actuel, de réfléchir à une approche proportionnée de la définition des coûts, de l'adéquation entre les forces mobilisées et l'évènement à sécuriser, des conditions dans lesquelles cette mobilisation est effectuée.

Il est en outre important afin d'assurer de la transparence et l'acceptabilité des décisions prises d'impliquer l'organisateur dans le dimensionnement et le pilotage du dispositif des forces de l'ordre qui est à sa charge (positionnement des effectifs, actions...).

## **LES PROPOSITIONS DE L'ANLSP**

### **ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE 2022**

- 1. Protéger au niveau européen les championnats nationaux, les équipes nationales et les politiques de formation des sportifs.**
- 2. Moderniser les relations entre les fédérations et les ligues professionnelles.**
- 3. Réviser le dispositif de l'exploitation de l'image des sportifs et des entraîneurs.**
- 4. Créer une mesure de soutien au sponsoring sportif.**
- 5. Conserver le bénéfice du régime de l'impatriation lorsqu'un sportif change de club.**
- 6. Permettre aux ligues professionnelles de commercialiser les droits audiovisuels de leurs compétitions pour une durée supérieure à 4 saisons.**
- 7. Légaliser la publicité virtuelle.**
- 8. Réformer les conditions de la mise à disposition des forces de l'ordre pour les manifestations et compétitions sportives.**

**ANLSP**

ASSOCIATION NATIONALE  
DES LIGUES DE SPORT PROFESSIONNEL