

# Associations sportives et collectivités territoriales

Co-construire un éco-marketing solidaire

Le modèle pyramidal et fédéral des associations sportives en France, stable depuis plus d'un siècle, s'est consolidé au fil du temps grâce à une assise juridique et administrative solide. Cependant, malgré cette apparente solidité, les associations sportives ont été confrontées à des crises financières, environnementales et sanitaires, les obligeant à réviser leurs modèles économiques pour accompagner la diversification sportive, la dynamique olympique ou leur positionnement local.

Qu'il s'agisse de promouvoir l'éducation par le sport ou de soutenir l'élite sportive, ces associations collaborent étroitement avec les collectivités territoriales. Elles s'adaptent aux orientations des politiques sportives locales définies par les élus et construisent ensemble des partenariats durables. Ces collaborations se traduisent par des conventions qui précisent l'utilisation des équipements sportifs ou des objectifs partagés, alignés sur des ambitions communes. Ces dernières années, les apports théoriques et les indicateurs de terrain ont mis en lumière de nouvelles perspectives de collaboration entre les entités locales (villes, intercommunalités, départements, régions) et les associations sportives. Des thèmes tels que la nouvelle gouvernance du sport, le marketing territorial, la responsabilité sociale des entreprises (RSE), la nature éphémère des initiatives, la co-construction, etc. sont autant de domaines à explorer pour favoriser un équilibre entre les enjeux, les contraintes et le développement des activités physiques et sportives locales.

Cet ouvrage, fruit de réflexions et d'expérimentations du sport local, interroge les organisations et développements passés, actuels et futurs des associations sportives en ciblant les interrelations avec les territoires.



**Bruno Lapeyronie**

Titulaire d'un doctorat en socioéconomie du sport, il est aujourd'hui directeur de Comiti Lab. Après avoir été directeur des sports et de la jeunesse de la ville de Montpellier, maître de conférences associé à l'Université de Montpellier, président de club pendant une olympiade, et membre actif de l'ANDLISS, il s'est investi largement afin d'accompagner, former et professionnaliser étudiants, dirigeants et élus, du milieu associatif et des collectivités territoriales. Il est aussi enseignant chercheur et consultant, rattaché au laboratoire VIPS<sup>2</sup> de l'Université de Rennes. Ses travaux scientifiques portent sur les politiques sportives territoriales. Plus spécifiquement, ses dernières publications traitent du développement des événements, des équipements, des associations ainsi que de l'auto-organisation sportive à travers leurs impacts sociaux sur un territoire.

[boutique.territorial.fr](http://boutique.territorial.fr)

ISSN : 1631-9397 - ISBN : 978-2-8186-2221-6  
Illustration de couverture : © Adobe Stock – Farmer

**territorial** éditions

Associations sportives et collectivités territoriales - Co-construire un éco-marketing solidaire



Presses Universitaires du Sport

# Associations sportives et collectivités territoriales

Co-construire un éco-marketing solidaire

**Bruno Lapeyronie**

Enseignant-chercheur, docteur en STAPS, directeur de recherche Comiti Lab, directeur de la collection PUS



**territorial** éditions