

# IMPACT ÉCONOMIQUE ET UTILITÉ SOCIALE DU PARIS SAINT-GERMAIN

UN CLUB AU SERVICE DE SON  
TERRITOIRE



JUIN 2021

## CONTEXTE ET OBJECTIFS

Depuis plus d'un an, la crise sanitaire met à mal l'ensemble des économies mondiales. L'économie du sport international en général et du sport professionnel en particulier n'ont malheureusement pas échappé à la récession engendrée par la crise de la Covid-19.

Déjà impactés par l'annulation de la fin de saison sportive 2019/2020 sur décision gouvernementale, les clubs professionnels connaissent un exercice 2020/2021 à nouveau très perturbé sur le plan économique, avec notamment des rencontres organisées à huis-clos depuis septembre.

C'est dans ce contexte extrêmement dégradé que le Paris Saint-Germain a confié au Centre de Droit et d'Economie du Sport (CDES) de Limoges la réalisation d'une étude destinée à mesurer son empreinte économique et sociale.

Cette étude vise à :

Evaluer l'impact économique du PSG au niveau de la région Île-de-France, c'est-à-dire la contribution du club à la création de richesse sur le territoire francilien.

Analyser et valoriser les actions sociales et citoyennes déployées par le club qui le positionnent comme un acteur responsable et engagé.

# 01

Un club ambitieux et innovant

**2,5 Mds€**

De valorisation économique d'après Forbes

# 02

Un club créateur de valeur

**182,2 M€**

D'impact économique au niveau de la Région Île-de-France au titre de la saison 2018/2019

# 03

Un club responsable et engagé

**126,000**

Bénéficiaires des actions portées par la Fondation et le Fonds de dotation depuis 2011

# 01

Un club ambitieux et innovant

## LE PSG A CONNU UNE CROISSANCE FULGURANTE AU COURS DES 10 DERNIÈRES ANNÉES

# 2,5 Mds€

Ces 10 années de transformation du club lui ont permis de devenir l'une des principales franchises du sport international.

Au cours des 5 dernières années, la valorisation du PSG enregistre une croissance de 207%, n°1 parmi les 50 franchises de sport les plus valorisées parmi les clubs de NBA, NFL, NHL, MLB et des principales ligues de foot européen.

2011

10 ANS

2021

RANG DES CLUBS  
EUROPÉENS DÉGAGEANT  
LE PLUS DE REVENUS  
(DELOITTE, 2021)

7e

7e

9e

RANG DES CLUBS DE  
FOOTBALL LES PLUS  
VALORISÉS AU  
MONDE  
(FORBES, 2021)

RANG DES MARQUES DE FOOTBALL  
LES PLUS VALORISÉES AU MONDE  
(BRAND FINANCE, 2020)

## UNE STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT AYANT ÉTÉ MARQUÉE PAR :

### CROISSANCE ET DIVERSIFICATION DES REVENUS

Au-delà de leur croissance, les revenus du Paris Saint-Germain se sont très largement **diversifiés** : les revenus de **sponsoring** ont été décuplés, les revenus **matchday** optimisés et les revenus **merchandising** amplifiés.

**71%**

la part des revenus commerciaux et matchday dans le chiffre d'affaires du club (hors transfert)

En 2019/2020 les revenus commerciaux (54%) et matchday (17%) représentent 71% du chiffre d'affaires hors transferts du club, contre 49% en 2010/2011. **Le Paris Saint-Germain se finance désormais en majorité sur des ressources collectées de façon individuelle** plutôt que par le biais des droits audiovisuels commercialisés collectivement (par la LFP et l'UEFA). Ceux-ci ne représentent plus que 28% des revenus du club (contre 47% en 2010/2011), dont seulement 12% de droits TV domestiques.

**+21,3%**

En 10 ans, **les revenus du Paris Saint-Germain ont été multipliés par 5,7** passant de 95 M€ en 2010/2011 à 540,6 M€ en 2019/2020, soit un **taux de croissance annuel moyen de 21,3%**.

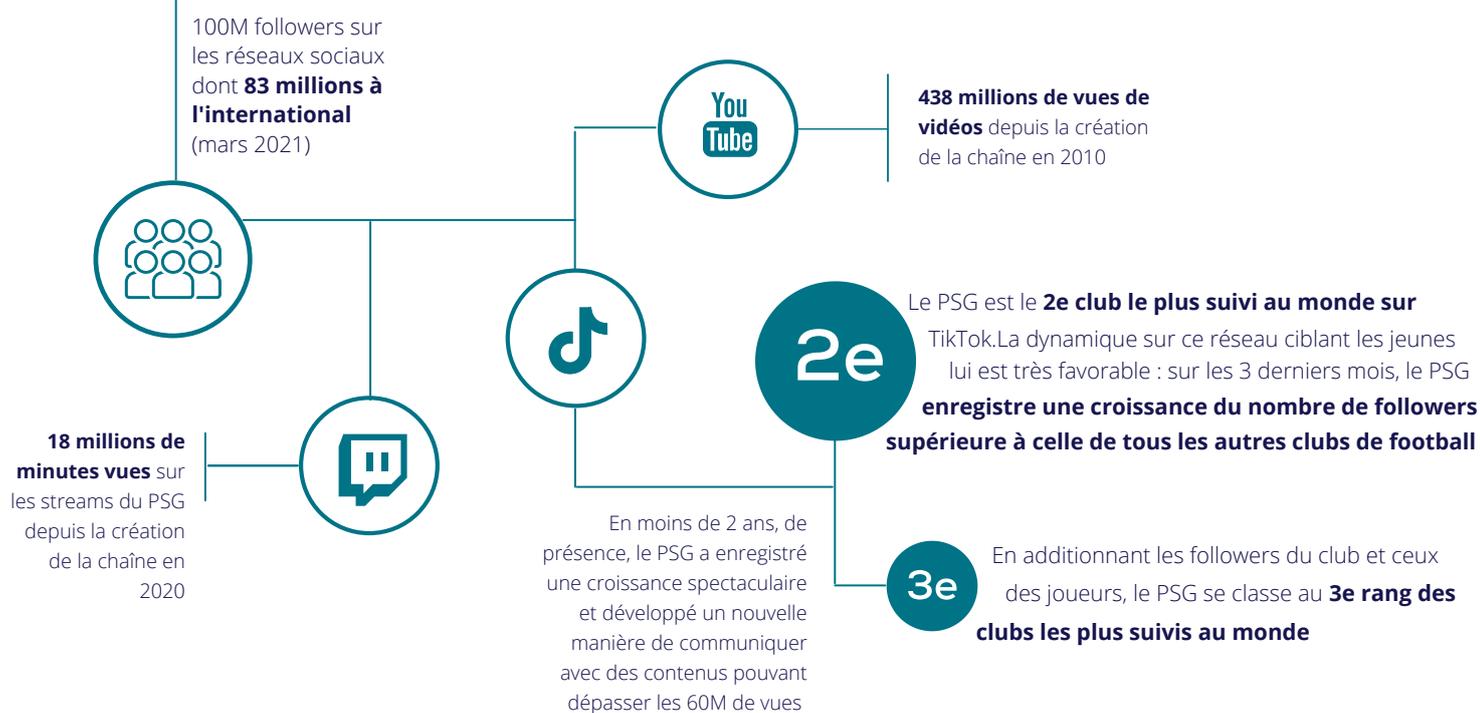
# CROISSANCE DE LA MARQUE ET NOTORIÉTÉ

## de 500 000 à +100M

**Communauté globale**, en comptant 20 comptes officiels du Paris Saint-Germain sur les réseaux sociaux (hors Handball, Féminines, Fondation, Académie ...)

### CONTENUS

Outre une présence accrue, le PSG a mis en place une **typologie de contenus autour de 4 pôles (news, entertainment, divertissement et brand content)** et déployé une **stratégie de contenus ciblés** selon les réseaux et les *followers* à qui il s'adresse au sein de quatre grandes zones (Asie, Amérique, Europe et MENA/Afrique). L'objectif est de **fournir le contenu adapté aux plateformes et à leurs codes**.



### Indonésie

pays où le club a le plus grand nombre de followers sur Facebook



### Brésil

pays où le club a le plus grand nombre de followers sur Instagram



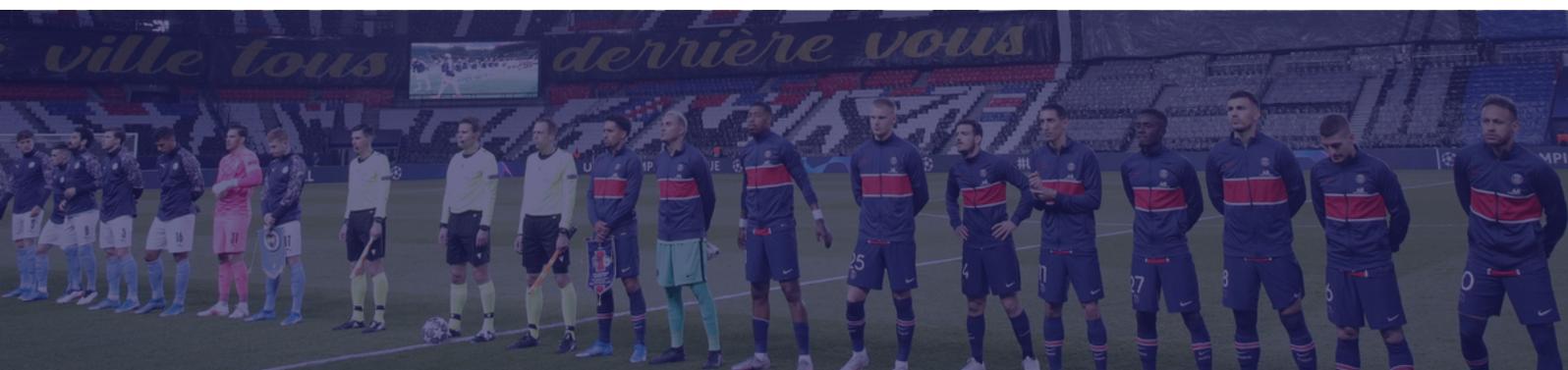
### Egypte

Après la France, pays où le club a le plus grand nombre de followers sur Twitter

## 10 ANS D'INVESTISSEMENTS DANS LE CLUB

# 102.2 M€

Le montant des investissements réalisés par le Paris Saint-Germain au cours de la période 2011/2021 (hors acquisitions de joueurs) dans le développement de ses infrastructures (Parc des Princes, centre d'entraînement Ooredoo) et de ses activités "siège" (merchandising, communication, sponsoring, IT...)



# 02

Un club créateur de valeur

## LE PARIS SAINT-GERMAIN, CATALYSEUR DE L'ÉCONOMIE EN ÎLE-DE-FRANCE

IMPACT  
ÉCONOMIQUE

182,2  
M€

Du **Paris Saint-Germain**  
sur le territoire de **la Région  
Île-de-France en 2018/2019**

### DÉFINITION

L'impact économique d'un club sportif professionnel se définit comme le **surcroît d'activité produit par ses activités sur un territoire et pour une période donnés**. Il se mesure de façon contrefactuelle en comparant deux états de l'économie locale : l'un, théorique, sans le club et l'autre, réel, avec le club.

Evaluer l'impact économique d'un club vise à **mesurer sa capacité à attirer des financements/des spectateurs externes à son territoire et à les dépenser/faire dépenser localement**.

145,8 M€

d'impact économique primaire  
(effets directs)

36,4 M€

d'impact économique secondaire  
(effets indirects et induits)



**3500 personnes**  
mobilisées en jour  
de match au Parc  
des Princes



Dont 670 emplois directs,  
400 emplois indirects et  
1080 emplois induits.

800

Entreprises prestataires  
et fournisseurs

2150

Emplois ETP annuels  
mobilisés\*

\* Emplois mobilisés de façon directe au sein du club, indirecte chez les prestataires et induite au sein de l'économie locale.

## LE PSG CONTRIBUE SIGNIFICATIVEMENT AUX FINANCES PUBLIQUES FRANÇAISES :

1,9 Mds€ \*\*

Contributions  
sociales et fiscales



ont été versées par le club et ses joueurs à l'Etat et aux collectivités territoriales ces dix dernières années, avec une forte augmentation sur la saison 2019/2020 (269,3 M€).

\*\* Contributions du club au budget des organismes sociaux (cotisations sociales employeurs) et au budget de l'Etat et des collectivités territoriales (impôt sur les sociétés, impôts locaux) et impôts payés par les joueurs.

## UN IMPACT MEDIATIQUE

### RENFORCÉ

# 1,1 MDS€

La **valorisation économique des retombées médias** du club au cours de la saison 2019/2020 (+27% par rapport à 2018/2019)

# 372 M

Les rencontres du Paris Saint-Germain ont généré une **audience TV cumulée** de 372 millions de personnes en 2019/2020 (+39% par rapport à 2018/2019)

# 03

Un club responsable et engagé

## CHAQUE JOUR PLUS SOLIDAIRE EN FRANCE ET DANS LE MONDE

## Un engagement environnemental reposant sur 3 piliers

# +126k

Le nombre de bénéficiaires des actions déployées par la Fondation et le Fonds de dotation du Paris Saint-Germain depuis 2011/2012, soit plus de 14 000 bénéficiaires directs par an en moyenne.

### 1 PARTENARIATS

En s'entourant d'experts de référence : partenariat WWF (2017) et adhésion au programme "Sport for Climate" de l'ONU

### 2 ENGAGEMENT

En se fixant des objectifs ambitieux, concrets et réalistes

### 3 SENSIBILISATION

En sensibilisant les communautés du club grâce à sa force de frappe médiatique

## UNE DÉMARCHE VISANT À L'AMÉLIORATION CONTINUE DE SES PRATIQUES SUR LES 8 SITES OPÉRÉS EN ÎLE-DE-FRANCE

Résultats 2020

TONNES DE DÉCHETS RECYCLÉS À LA FACTORY

# 5,6

# 160

# 13 k

DENRÉES ALIMENTAIRES DONNÉES À DES ASSOCIATIONS

KG DE MIEL RÉCOLTÉS EN AOÛT



CENTRE DE DROIT  
ET D'ÉCONOMIE  
DU SPORT

## QUI SOMMES NOUS ?

Des experts et des formations  
au service du sport

“ Un ancrage universitaire et un engagement auprès du  
secteur du sport ”

Par le profil de nos membres et nos nombreuses missions d'accompagnement d'acteurs du mouvement sportif, nous possédons une équipe complémentaire et pluridisciplinaire, habituée à travailler avec le monde fédéral et disposant d'une expérience importante dans la réalisation de questionnaires et l'analyse des politiques sportives.

Depuis sa création en 1978, les travaux du Centre de Droit et d'Économie du Sport s'inscrivent dans une approche résolument pluridisciplinaire qui en fait toute son originalité et toute sa force.

S'attachant à concilier rigueur universitaire et immersion dans la réalité quotidienne du sport, il a développé de nombreuses activités : l'Expertise, la Formation et des Publications, qui en font une véritable référence dans le secteur Sport.

Connaissance fine du secteur  
sport et de ses acteurs  
institutionnels.

Forte expertise dans  
l'analyse territoriale  
du sport.

Regard original et unique sur les  
questions sportives grâce à une  
approche pluridisciplinaire et à  
un ancrage universitaire.

[www.cdes.fr](http://www.cdes.fr)



ÉTUDE RÉALISÉE PAR LE CDES

CONTACTS : | CHRISTOPHE LEPETIT  
LEPETIT@CDES.FR

| CYRILLE ROUGIER  
ROUGIER@CDES.FR