

Lapierre cherche un financement, INTERSPORT France s'étend au Portugal

La demande de redressement de Lapierre contraste avec l'expansion d'INTERSPORT France. Le PSG, le Tour féminin et la nouvelle loi sur le sport professionnel complètent les dossiers économiques de la semaine.

Sources : rapport original 1 ; rapport original 2 ; rapport original 3. Références et dates au fil du texte.

AU SOMMAIRE

- 01 / Lapierre demande un redressement judiciaire pour poursuivre son activité
- 02 / La loi du 3 août élargit la protection des revenus sportifs
- 03 / Google devient partenaire premium du PSG jusqu'en 2029
- 04 / Le Tour de France Femmes étudie la diffusion intégrale de ses étapes
- 05 / INTERSPORT France prépare un premier magasin au Portugal

01 / Lapierre demande un redressement judiciaire pour poursuivre son activité

Cycles Lapierre sollicite le 5 août l'ouverture d'un redressement judiciaire auprès du tribunal de commerce de Dijon. Selon Sport Stratégies, l'entreprise cherche un financement après la disparition du soutien d'Accell Group. L'audience est annoncée pour le 25 août : l'ouverture de la procédure n'est donc pas encore décidée. Le média rapporte 99,1 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2025, 106 collaborateurs et plus de 800 revendeurs.

Le cas rappelle combien une marque connue peut rester fragile quand son financement se retire. Pour les revendeurs, l'urgence est très concrète : recevoir les vélos commandés et assurer le service après-vente de ceux déjà vendus. Cette confiance commerciale comptera dans la recherche d'un investisseur. Le recul de 4,8 % du marché français en valeur en 2025, relevé par l'Observatoire du cycle publié en avril, complique la situation. Les stocks et les délais d'encaissement deviennent alors aussi importants que le volume des ventes pour comprendre les besoins de trésorerie.

Sport Stratégies, 6 août 2026 ; Union des entreprises sport & cycle, 24 avril 2026

02 / La loi du 3 août élargit la protection des revenus sportifs

La loi n° 2026-725, promulguée le 3 août et publiée le 4, traite de l'organisation, de la gestion et du financement du sport professionnel. Son article 35 inclut la billetterie dans le droit d'exploitation des organisateurs. Le texte comporte aussi des dispositions sur la lutte contre le piratage, la protection des données sportives, la publicité virtuelle et la solidarité entre secteurs masculin et féminin.

L'intérêt économique du texte tient au rapprochement de recettes que l'on examine souvent séparément : les billets, les images, les données et la publicité. Pour un organisateur, protéger cet ensemble peut compter autant que trouver un nouveau sponsor. La question sera celle de l'application concrète de ces dispositions : quels usages seront effectivement mieux protégés et à quelles conditions ? Le Journal officiel en précise le cadre. J'y vois surtout un sujet à suivre dans les pratiques commerciales des organisateurs, avant de pouvoir en déduire un effet sur leurs revenus.

Légifrance, 4 août 2026 ; Légifrance, 4 août 2026 ; Bird & Bird, 5 août 2026

03 / Google devient partenaire premium du PSG jusqu'en 2029

Le PSG et Google signent un partenariat premium jusqu'en 2029. Gemini devient l'assistant IA officiel du club et Pixel son smartphone officiel. L'accord prévoit l'utilisation des outils Google pour produire des contenus et l'ouverture d'un espace au Parc des Princes destiné aux partenaires et aux créateurs. Les conditions financières ne sont pas communiquées.

Google pourra montrer ses produits à travers un usage familial : filmer les coulisses, photographier les joueurs ou préparer un contenu. Cette démonstration me paraît plus intéressante qu'une simple promesse technologique. Le PSG apporte les images et le public susceptibles de donner envie d'essayer les outils ; ses équipes de production pourraient aussi les utiliser au quotidien. L'espace destiné aux créateurs sera un bon point d'observation : les formats qui y seront réalisés permettront de voir ce que le partenariat apporte réellement. Le partage des données et les services ouverts aux supporters restent à préciser.

Paris Saint-Germain, 3 août 2026 ; The Next Web, 4 août 2026

04 / Le Tour de France Femmes étudie la diffusion intégrale de ses étapes

Le 5 août, Marion Rousse explique à Cycling Weekly que la production de toutes les étapes du Tour de France Femmes en intégralité est discutée avec France Télévisions. Seules trois des neuf étapes bénéficient de cette couverture complète en 2026. Aucun engagement définitif ni calendrier n'est annoncé. Le 9 août, Demi Vollering remporte le classement général avec l'équipe française FDJ United-SUEZ, au terme de la dernière étape à Nice.

L'enjeu dépasse la durée affichée à l'antenne. Montrer les débuts d'étape peut donner une place à des équipes et à des sponsors moins visibles dans le final. Cela enrichirait aussi le récit de la course pour les spectateurs qui veulent la suivre entièrement. Reste à financer ces heures de production et à trouver leur public. L'audience des créneaux ajoutés sera donc aussi instructive que celle des arrivées. La victoire de FDJ United-SUEZ offre déjà un temps fort à ses partenaires, avant la publication du bilan consolidé d'audience.

Cycling Weekly, 5 août 2026 ; Cycling Weekly, 9 août 2026 ; Nice Premium, 9 août 2026

05 / INTERSPORT France prépare un premier magasin au Portugal

Sport Stratégies annonce le 4 août l'ouverture d'un premier magasin INTERSPORT au Portugal, prévue le 7 à Felgueiras, près de Porto. Le projet est porté par Schiever, adhérent de la coopérative française, dans une organisation ibérique pilotée par INTERSPORT France. Il prévoit 1 800 m² et 22 emplois locaux. L'offre associe équipement, bien-être et mode, avec un atelier vélo, du cordage et des services aux clubs et collectivités.

L'atelier et les services aux clubs donnent à cette ouverture un intérêt particulier. Ils peuvent installer des habitudes de visite là où l'achat d'un équipement reste occasionnel. Pour un réseau qui arrive sur un marché, ces contacts sont aussi une façon d'apprendre ce que les clients attendent. Ce magasin fera donc office de premier test pour l'offre et l'organisation locale. L'extension au Portugal sera plus convaincante si cette proximité se construit dans la durée ; l'annonce d'ouverture ne permet encore de juger ni la fréquentation ni la rentabilité.

Sport Stratégies, 4 août 2026

En bref

3 août - Basic-Fit rejoint Septembre Bouge, avec une tournée annoncée dans 18 villes et des dons de Smart Bikes destinés à 565 maisons sport-santé. [Sport Stratégies](#), 3 août 2026

7 août - L'Équipe dépasse cinq millions de téléchargements mondiaux de podcasts certifiés en juillet, dont 4,4 millions en France ; ces volumes ne mesurent pas des auditeurs uniques. [Sport Stratégies](#), 7 août 2026 ; [ACPM](#), 6 août 2026

7 août - Le Biarritz Olympique dévoile son maillot domicile Joma 2026-2027, annoncé à 90 € en replica et 110 € en authentic. [Sport Buzz Business](#), 7 août 2026

4 et 8 août - La FFN documente la poursuite des Européens au Centre aquatique olympique et la fin des épreuves d'eau libre, sans bilan économique global. [Fédération Française de Natation](#), 4 août 2026 ; [Fédération Française de Natation](#), 8 août 2026

5 août - La FFN réagit aux attaques visant Milan Violon, avec e-Enfance, un signalement au procureur et un accompagnement psychologique proposé, selon Sport Stratégies. *Sport Stratégies*, 5 août 2026

Repère - L'équipe cycliste Ma Petite Entreprise mobilise plus de 500 PME et particuliers, avec un objectif de 1 000 contributeurs ; les montants individuels ne sont pas publiés. *Nice Premium*, 9 août 2026 ; *Bpifrance*, Big Média, 21 janvier 2025