



FACHHOCHSCHULE
ZENTRALSCHWEIZ



ITW INSTITUT FÜR
TOURISMUSWIRTSCHAFT LUZERN



Etude de cas Athletissima Lausanne 2001

Francis Scherly

Michael Breiter

Lausanne, novembre 2002

Parrainage : Commission pour la Technologie et l'Innovation (CTI),
Swiss Olympic et Office fédéral du Sport

Impact économique des grandes manifestations sportives en Suisse



Impact économique des grandes
manifestations sportives en Suisse

**Etude de cas « Athletissima »
Lausanne 2001**

Francis Scherly

Michael Breiter

Lausanne, novembre 2002

Titre

Francis Scherly, Michael Breiter: Athletissima 2001. Importance économique. Etude de cas. Unité d'Enseignement et de Recherche en Tourisme (UERT), HEC Lausanne, Interconsulting Montreux, Projet CTI "Impact économique des grandes manifestations sportives en Suisse", Lausanne 2002.

Commanditaire

Ce projet est financé par la Commission pour la Technologie et l'Innovation de la Confédération (CTI), Swiss Olympic ainsi que par les organisateurs des sept manifestations étudiées.

Auteurs

Francis Scherly, Interconsulting Montreux/UERT HEC

Michael Breiter, UERT HEC

Partenaire pour l'étude de cas

Pour le Comité d'organisation d'Athletissima 2001: Jacky Delapierre

Equipe du projet

Institut für Tourismuswirtschaft (ITW), Hochschule für Wirtschaft Luzern (présidence et coordination):
Prof. Dr. Jürg Stettler, Rebekka Mehr

Bundesamt für Sport (BASPO), Magglingen: Prof. Dr. Bernard Marti, Daniel Birrer

Institut für öffentliche Dienstleistungen und Tourismus (IDT), Universität St. Gallen: Dr. Christian Laesser, Andreas Liebrich

Rütter + Partner, Concertgroup, Rüslikon: Dr. Heinz Rütter, Michael Landolt

Ecole des HEC, Université de Lausanne: Dr. Francis Scherly, Michael Breiter

Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF), Universität Bern: Prof. Dr. Hansruedi Müller, Fabian Schmid

Conseil de projet

Heinz Keller, Bundesamt für Sport, Magglingen

Marco Blatter, Swiss Olympic, Bern

Prof. Kurt Gilgen, Hochschule Rapperswil

Hugo Wetzel, Ski Weltcup St. Moritz

Olivier Mottier, Montreux Volley Masters

Contact

Unité d'Enseignement et de Recherche en Tourisme
Ecole des HEC
BFSH 1
1015 Dorigny
Tél.: 021 692 34 87
E-mail: Michael.Breiter@hec.unil.ch

Interconsulting Montreux
Case postale 9
1820 Montreux
Tél.: 021 960 24 03
E-mail: interconsult@vtx.ch

ITW
HSW Luzern
Zentralstr. 18
6002 Luzern
Tél.: 041 228 41 45
E-mail: itw@hsw.fhz.ch

Préface

Préface de l'équipe du projet

Au cours des vingt dernières années, l'ampleur de la reconnaissance socioculturelle du sport en général a certainement été supérieure aux attentes des experts les plus optimistes.

Sport et mouvement symbolisent aujourd'hui des notions omniprésentes sous de multiples facettes, qu'il s'agisse des quelques exercices de gymnastique matinale pratiqués dans son propre appartement ou de méga-événements du type Jeux olympiques. Les diverses connotations associées à l'activité sportive s'étendent désormais sur une large gamme ; elles intéressent certes le vécu émotionnel ou les influences induites sur le bien-être et la qualité de vie, mais aussi, et c'est nouveau, impliquent les aspects économiques et écologiques.

La recherche sportive en général, les sciences du sport et les acteurs concernés n'ont pas encore - à ce jour et à notre connaissance - été en mesure de disposer des instruments et ressources nécessaires à la maîtrise des nouveaux défis ; l'absence d'historique - sous forme de « facts and figures » - portant par exemple sur l'importance économique du sport/mouvement est encore flagrante : ce déficit scientifique a surtout été constaté à la fin des années 90 par le ministre du sport de l'époque, le conseiller fédéral Adolf Ogi.

Un groupe de compétences formé d'économistes et de spécialistes du tourisme - et placé sous la coordination de l'Office Fédéral du Sport - a été mis sur pied ces dernières années. Ses efforts culminent aujourd'hui dans un projet d'envergure, soutenu lui-même par la Commission pour la Technologie et l'Innovation (CTI) ainsi que par l'organisation faitière des fédérations sportives en Suisse, Swiss Olympic.

C'est ainsi qu'entre la fin de l'année 2000 et le début de 2002, sept grandes manifestations sportives de notre pays ont été analysées au moyen d'instruments précis et d'enquêtes sur le terrain ; ces efforts se traduisent par la mise à disposition d'études de cas relativement poussées.

Comme les grandes manifestations sportives du pays présentaient naturellement des caractéristiques fort diverses et ne se prêtaient pas volontiers à l'intégration en vue de comparaison, le choix de ces sept événements n'a pas été évident ; en outre, le développement de la méthodologie d'analyse s'est avéré complexe, notamment parce que les initiateurs du projet, tout comme les partenaires financiers, ont très rapidement souhaité disposer, à côté de chiffres-clés économiques, de certains aspects intéressant l'environnement et le social.

Les études de cas proposées témoignent dès lors d'une collaboration fructueuse et stimulante à différents niveaux. L'Institut d'économie et du tourisme (ITW) de la Haute Ecole de Lucerne (HSW), l'Institut d'économie et du tourisme de l'Université de St-Gall (IDT), le bureau Rütter + Partner de Rüs-chlikon (ZH), l'Unité d'Enseignement et de Recherche en Tourisme (UERT) de l'Ecole des HEC de l'Université de Lausanne ainsi que l'Institut de Recherche en Tourisme et Loisirs (FIF) de l'Université de Berne sont parvenus à mettre de côté certains de leurs réflexes « intra-institutionnels » au profit d'une collaboration bien réelle, qui s'est exercée dans un état d'esprit tonique.

Par ailleurs, l'intérêt et la participation active des responsables (organisateur) des sept grandes manifestations retenues ont été tout aussi déterminants : il est évident que sans eux, ce projet scientifique fédérateur n'aurait pas pu voir le jour. Qu'ils en soient remerciés ! Les auteurs osent espérer que les présents rapports contribueront à contrebalancer de façon satisfaisante les investissements en temps ou argent auxquels ils ont consentis.

Enfin, les partenaires nationaux de ce projet, à savoir Swiss Olympic, la CTI ainsi que l'Office Fédéral du Sport peuvent également exprimer leur satisfaction en constatant que le challenge a été réussi

grâce à cette coopération dans la recherche. L'objectif de pouvoir présenter des résultats méthodologiquement et concrètement intéressants relatifs à l'impact économique, écologique et social de grandes manifestations sportives – dans une optique nationale et internationale - a été atteint.

Ces propos toniques sont enfin et surtout liés à l'espoir que la démarche puisse susciter d'autres vocations et représenter ainsi la première pierre d'une tradition de recherche dans le domaine de l'économie du sport considérée dans son sens le plus large, c'est-à-dire dans une optique de développement durable. Les conclusions de la présente étude vont également dans ce sens.

Prof. Dr. Bernard Marti

Institut du Sport, Office Fédéral du Sport, Macolin, Octobre 2002

Comité d'organisation d'Athletissima

Athletissima est le plus grand événement sportif et répétitif d'athlétisme en Suisse romande. Il est classé au 5ème rang mondial des grands rendez-vous de l'été ; cet événement qui a été créé en 1977 est l'un des fleurons des manifestations sportives de Suisse.

Athletissima fait partie des 14 plus grands événements sportifs organisés dans notre pays regroupés dans l'organisation "Swiss Top Sport" au même titre que les courses de Wengen qui font également l'objet de cette étude.

Athletissima est avant tout un spectacle que le public apprécie année après année. Les émotions qu'il engendre nous donnent chaque fois la motivation de remettre l'ouvrage sur le métier ; le soutien inconditionnel de l'Etat de Vaud et de la Commune de Lausanne nous garantit des finances à la hauteur de l'événement.

Athletissima est un événement incontournable de la vie sportive lausannoise et ceci pour tout le tissu social de la ville. La politique des prix accessibles à tout un chacun ajoutée à la gratuité de l'entrée des jeunes jusqu'à 16 ans grâce à la générosité du CIO est également un gage de succès.

L'étude ci-après nous permet une approche plus fine tant dans la théorie que la pratique de certaines données qui jusqu'à ce jour nous paraissaient abstraites.

L'approche environnementale est pour la première fois mise en exergue. Par ailleurs les facteurs sociaux nous montrent que l'athlétisme, sport de base de toute activité physique, sont très importants.

Les enquêtes menées sur le terrain apportent la rigueur appropriée à l'étude du cas et la perception n'en n'est que plus rehaussée. Nos partenaires économiques pourront également mieux percevoir les retombées qu'ils peuvent tirer de leur investissement.

Mes remerciements vont à tous ceux qui ont œuvré à l'élaboration de cette recherche et plus particulièrement à MM. Francis Scherly et son assistant Michael Breiter (Unité d'Enseignement et de Recherche en Tourisme, HEC Lausanne) ainsi qu'à Interconsulting Montreux. Merci également à l'Etat de Vaud et la Commune de Lausanne pour la participation au financement de cette étude de cas.

Jacky Delapierre, Directeur exécutif d'Athletissima

Index

Résumé	7
1. Introduction	13
1.1	Projet global 13
1.2	Objectifs de l'étude de cas 14
1.3	Données de référence d'Athletissima 15
2. Procédure méthodologique	17
2.1	Définitions et délimitations 17
2.2	Instruments d'identification, retour et caractéristiques des données 20
2.3	Aspects économiques 22
2.4	Aspects écologiques 25
2.5	Aspects sociaux 26
2.6	Image 26
3. Résultats de l'enquête	29
3.1	Généralités 29
3.2	Impact économique direct d'Athletissima 32
3.2.1	Effets économiques directs (organisateur et entreprises-événement) 32
3.2.2	Effets directs issus des flux de personnes 33
3.2.3	Total des effets économiques directs d'Athletissima 41
3.3	Effets économiques indirects d'Athletissima 45
3.4	Total des effets économiques d'Athletissima 47
3.4.1	Recettes totales, création de valeur et d'emplois (directe + indirecte) en Suisse 48
3.4.2	Recettes totales, création de valeur et d'emplois (directe + indirecte) dans la région de Lausanne 50
3.4.3	Balance des paiements 53
3.4.4	Pouvoirs publics 54
3.4.5	Prestations non monétarisées 55
3.5	Domaine écologique 55
3.5.1	Circulation 55
3.5.2	Energie 58
3.5.3	Air et climat 59
3.5.4	Effets sur l'environnement des moyens de transports 59
3.5.5	Autres domaines 60
3.5.6	Appréciation des mesures prises 60
3.6	Domaine social 62
3.6.1	Enquête auprès des spectateurs 62
3.6.2	Enquête auprès des bénévoles 63
3.6.3	Enquête auprès de la population locale 65
3.7	Image 66
3.7.1	Appréciation de l'image de la manifestation 66

4.	Considérations finales	69
4.1	Athletissima et le développement durable	69
4.2	Forces et faiblesses, menaces et opportunités	70
4.3	Pour une approche « benchmark »	71
Annexes		73
	Liste des illustrations	
	Bibliographie	

Résumé

ATHLETISSIMA 2001 est l'un des sept grands événements sportifs étudiés selon une méthodologie uniforme dans le cadre du projet "*Impact économique des grandes manifestations sportives en Suisse*". Le but de cette étude est de définir les effets macro-économiques de l'événement Athletissima, avant tout sur l'agglomération de Lausanne et sa région. Conséquemment, il a également été tenu compte, à côté des effets *économiques* générés par la manifestation, de ses effets *écologiques* et *sociaux*.

L'examen des aspects économiques se fonde sur une vaste analyse empirique de la notion de création de valeur. Différents *instruments de saisie et de traitement* ont été utilisés avant, pendant et après la manifestation. La plupart des acteurs ont été interrogés à l'aide de questionnaires par écrit, certains au cours d'entretiens en profondeur. Les données récoltées ont été utilisées dans différents modèles de traitements qui ont intégré les aspects principaux des domaines de l'économie, de l'écologie et du social.

Cette étude a l'ambition de présenter de manière relativement exhaustive les impacts liés à la tenue de la manifestation et la venue de ses visiteurs. L'importance de l'événement dans la décision de visite a également été prise en compte pour les calculs de l'impact économique et écologique : il était en effet indispensable d'éviter une surestimation des effets globaux.

Les enseignements et résultats majeurs de la méthode sont résumés ci-après : au début de chaque partie, les chiffres-clés sont présentés sous la forme d'une *Sportevent-Scorecard*¹ afin d'accroître au moyen d'une synthèse la lisibilité des différents aspects étudiés. De la sorte, il devient aussi possible de comparer les diverses manifestations sportives de façon plus aisée.

Quelques chiffres-clés d'Athletissima 2001

- Événement d'un soir, ATHLETISSIMA draine 15'000 spectateurs, 350 athlètes, 100 entraîneurs et autres accompagnants, 420 représentants des médias et 600 bénévoles. Dans la comparaison avec d'autres événements, on observe que relativement peu d'athlètes attirent un grand nombre de spectateurs. Pour 86% des spectateurs *qui ne proviennent pas de la région*, Athletissima constitue la raison principale du voyage.
- ATHLETISSIMA, ce sont donc au total environ 16'500 personnes présentes dont le 17% sont des indigènes, le 10% des hôtes logeant dans la région (7,5% à l'hôtel) et 72% des visiteurs d'un jour (excursionnistes). L'événement génère environ 2'900 nuitées, dont la majorité concerne les spectateurs de l'événement (1'750), 860 les athlètes et leurs équipes, et enfin près de 250 qui sont imputables aux représentants des médias.

¹ Il a été établi une *Sportevent-Scorecard* en trois dimensions - économie, écologie et social - en se basant sur la méthodologie de Kaplan/Norton 1987. A la différence de la "*Balanced Scorecard*" classique, la *Sportevent-Scorecard* ne comprend que des chiffres-clés, mais pas d'objectifs ou mesures.

Effets économiques

Dans le domaine économique, les effets *directs* sont saisis sur le site et hors du site de la manifestation ; de même les effets *indirects* le sont à travers la consommation intermédiaire (achat de biens et de services auprès d'autres entreprises) ainsi que par les investissements.

Illustration 1: Sportevent-Scorecard *Economie*

1	Nombre de personnes présentes à la manifestation	16'500
2	Nuitées engendrées	2'900
3	Dépense moyenne par personne sur le site de la manifestation	CHF 41
4	Total dépense moyenne par personne dans la région	CHF 64
5	Création de valeur brute directe par personne dans la région	CHF 33
6	Chiffre d'affaires direct réalisé dans la région	CHF 3,22 mio
7	Création de valeur brute directe réalisée dans la région	CHF 0,1 mio
8	Total du chiffre d'affaires réalisé dans la région (directe + indirecte)	CHF 4,46 mio
9	Création de valeur totale réalisée dans la région (directe + indirecte)	CHF 0,71mio
10	Création d'emplois dans la région (sans le bénévolat)	13
11	Total du chiffre d'affaires réalisé en Suisse	CHF 4,76 mio
12	Création de valeur totale réalisée en Suisse	CHF 0,89 mio

1,4, 5,: ces personnes sont les spectateurs, les athlètes, l'encadrement des athlètes, les représentants des médias et les bénévoles.

2, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12 ainsi que 24-27 : les données des spectateurs sont pondérées par le facteur événementiel ; les dépenses engendrées en dehors du site de la manifestation, les nuitées et les effets écologiques sont pris en compte de manière proportionnelle à l'importance de la manifestation pour la décision de voyage dans la région.

10: modèle de base: le volume d'emploi est traduit en équivalences plein temps théoriques (1 équivalent plein temps = 220 jours de travail = 1'800 heures par année).

Les effectifs d'emplois calculés n'engendrent dans la réalité pas de nouvelles créations d'emplois (il convient donc de raisonner en équivalent-emplois).

- Les *dépenses totales par personne* dans la région lausannoise s'élèvent à CHF 64, en moyenne de tous les groupes de personnes. CHF 41 sont dépensés directement lors de la manifestation. Les dépenses les plus importantes concernent les représentants des médias, avec CHF 143/personne ; elles précèdent les débours de l'encadrement des athlètes avec CHF 74/personne. Les dépenses des spectateurs et des athlètes - avec respectivement CHF 64 et CHF 58 - sont suivies de celles des bénévoles (CHF 25). En comparant les catégories d'hôtes, ce sont – sans surprise - les hôtes logeant en hôtellerie qui effectuent les dépenses les plus importantes avec CHF 234, avant celles des excursionnistes et des indigènes (avec respectivement CHF 55 et CHF 30). Les différents groupes de personnes induisent ainsi une création de valeur de CHF 33/personne.
- Les *effets économiques directs* d'Athletissima génèrent dans la région lausannoise un chiffre d'affaires de CHF 3,22 mio. Sur ce montant, CHF 2,84 mio (88%) le sont *directement à la manifestation* et CHF 0,38 mio (12%) *en dehors de la manifestation*. L'organisateur annonce un chiffre d'affaires de CHF 2,54 mio, ce qui correspond à 78% du chiffre d'affaires direct. L'hôtellerie et la restauration et les *entreprises-événement* qui sont également pour la plupart dans cette branche, enregistrent un chiffre d'affaires d'environ CHF 560'000, soit 17% du total. On observe une influence minime sur le *commerce de détail* ou sur les *entreprises de transport*, qui profitent tous deux à raison de 1% du chiffre d'affaires direct engendré par Athletissima (environ CHF 30'000).
- En soustrayant les consommations intermédiaires des chiffres d'affaires générés sans subventions, on obtient la *création de valeur brute directe* générée dans la région ; celle-ci, liée directement à la manifestation, est dans un premier temps négative de près de CHF 85'000 ; elle s'inscrit cependant à CHF 185'000 si l'on prend en compte les dépenses des différents acteurs dans les entreprises en dehors de la manifestation. Il en résulte finalement une création de valeur brute *directe* dans la région de l'ordre de CHF 100'000.
- Par la consommation intermédiaire et les investissements, Athletissima induit des *chiffres d'affaires indirects* supplémentaires d'un montant de CHF 1,53 mio, dont la grande majorité (CHF 1,23 mio) est générée dans la région de Lausanne même. Ceci correspond pour la Suisse à une *création de valeur brute (indirecte)* de CHF 780'000 dont 79% dans la région directement concernée.
- *En résumé, compte tenu des effets directs et indirects* - Athletissima génère un *chiffre d'affaires total* en Suisse d'environ CHF 4,76 mio. Les 93% de cette somme, soit CHF 4,46 mio, sont générés directement sur Lausanne et sa région. Aux côtés de l'organisateur (CHF 2,54 mio), l'hôtellerie et la restauration sont les premiers bénéficiaires de l'événement avec un chiffre d'affaires supplémentaire évalué à CHF 570'000. La majorité des entreprises-événement travaillent également dans ce secteur et en tirent ensemble CHF 300'000. Avec enfin et respectivement CHF 130'000, CHF 210'000 et CHF 80'000, l'événement exerce encore son impact sur les secteurs de la construction, du commerce et des transports.
- La *création de valeur brute totale (directe et indirecte)* en Suisse, engendrée par Athletissima, s'élève à CHF 890'000. La part qui en revient à l'agglomération lausannoise a été calculée à CHF 710'000.
- Les travaux entrepris pour cette manifestation d'un soir correspondent à un *volume* d'environ 16 emplois à plein temps (ou équivalents plein temps). 13 emplois sur les 16 recensés le sont dans la région lausannoise directement. Toutefois, comme vu plus haut, ces emplois ne sont pas forcément créés dans la réalité, même s'ils correspondent à cette valeur.

- Les personnes étrangères participant à la manifestation induisent un effet positif sur la *balance des paiements* du pays : leurs dépenses s'assimilent à des exportations de biens et services pour un montant évalué à CHF 210'000. Comme les athlètes participants sont pour la grande majorité des étrangers, l'essentiel des cachets payés représente cependant des flux négatifs pour la balance des paiements. Il en résulte un solde net de CHF -1,2 mio. L'Etat profite lui aussi d'une retombée fiscale de l'ordre de CHF 190'000. Si l'on prend enfin en compte les subventions de CHF 200'000, on en déduit un total de dépenses nettes de CHF 10'000 pour les pouvoirs publics. L'organisation dépend également du soutien du commerce régional par des conditions spéciales et des rabais. La valeur de ces prestations est estimée à environ CHF 90'000.

Effets écologiques

La partie écologique du présent rapport se focalise sur les effets provoqués par l'événement au niveau de la *circulation* (transports) ainsi qu'à celui des cinq domaines environnementaux, à savoir : *l'énergie, l'air, le climat, les déchets et le paysage*.

Illustration 2: Sportevent-Scorecard *Ecologie*

13	Circulation: Distance totale effectuée vers la manifestation	4,3 mio km
14	Circulation: Distance totale effectuée par personne	262 km
15	Energie: Consommation totale lors de la manifestation	13,4 mio MJ
16	Energie: Consommation d'énergie par personne	815 MJ
17	Déchets: Total en tonnes	1 t
18	Déchets: gramme / personne	60 g

13, 14, 15 et 16: Les données des spectateurs sont pondérées par le facteur événementiel (cf. Scorecard Economie).

15 et 16: 1 mégajoule (MJ) contient 1 million de joules ou 277.8 heures Watt. Cette quantité d'énergie permet d'illuminer une ampoule de 40 Watt pendant 7 heures.

14, 16 et 17: les personnes sont les spectateurs, les athlètes, l'encadrement des athlètes, les représentants des médias et les bénévoles.

- Pour se rendre au lieu d'hébergement, *60% des personnes utilisent la voiture, 27% le transport en commun, 10% l'avion et 6% le car*. Ensemble, les personnes présentes à Athletissima ont parcouru quelque *3,2 mio de km* (pondérés par le facteur événementiel) ; les 55% des km parcourus le sont par les spectateurs, le 43% par les athlètes et leur équipes. La distance moyenne pour tous les acteurs est de 262 km ; elle est d'environ 4'000 km pour les athlètes, de 212 km pour les représentants des médias et de 117 km pour les spectateurs.
- La *consommation d'énergie totale* de l'événement Athletissima s'élève à *13,4 mio MJ*, dont les 99% sont imputables à la circulation. Ceci correspond à une consommation par personne de 815 MJ.
- L'événement produit environ 1 tonne de déchets (soit 60 grammes par personne).
- La circulation reste le facteur majeur des effets « polluants » d'Athletissima : la consommation d'énergie, l'émission du dioxyde nitrique et du CO₂ sont des facteurs résultant avant tout des transports. A titre plus ou moins égal, les spectateurs se déplaçant en voiture et les athlètes et leurs équipes (qui effectuent généralement de longs trajets en avion) en sont les responsables.

- A l'observation des mesures déjà prises par l'organisation dans le domaine écologique, on perçoit une approche assez poussée en ce qui concerne la maîtrise des facteurs de la circulation. La problématique de la gestion des déchets pourrait par contre être l'objet d'une maîtrise plus soutenue.

Aspects sociaux et image

Certains aspects liés à l'enjeu social ou à l'image sont également analysés dans le cadre de la présente étude.

Illustration 3: Sportevent-Scorecard Social

19	Appréciation des profits sociaux par: -les spectateurs -la population locale -l'organisateur	3,9 3,3 4,4
20	Satisfaction des attentes des spectateurs	4,6
21	Journées de bénévolat	600
22	Satisfaction des bénévoles quant à leur activité	4,6
23	Appréciation de l'image positive de la manifestation par: -les spectateurs -la population locale -l'organisateur	3,7 4,3 3,75

19: Cette valeur a été calculée en se basant sur différentes appréciations relatives aux profits sociaux : la valeur maximale et optimale est 5.

20: L'échelle s'étend de "1 = attentes pas satisfaites du tout" à "5 = attentes tout à fait satisfaites"

22: L'échelle s'étend de "1= très insatisfait de l'activité" à "5 = très satisfait de l'activité"

23: Cette valeur a été calculée en se basant sur différentes appréciations relatives à l'image. La valeur maximale et optimale est 5.

- Les spectateurs, davantage que la population locale, sont de l'avis qu'Athletissima génère un profit social important ; ils soulignent d'une part la fonction modèle que revêt l'événement pour les jeunes, d'autre part la stimulation personnelle qu'il exerce sur la pratique du sport en général. Par ailleurs, les 62% des spectateurs estiment que leurs attentes envers la manifestation ont été tout à fait remplies tandis que les 33% annoncent encore un « plutôt oui »; ceci explique le score très élevé à cette question avec 4,6 sur 5 de points possibles.
- Les bénévoles jouent en outre un rôle central dans la réussite de l'événement. Ces 600 personnes ont réalisé près de 4'200 heures de travail lors de l'événement, ce qui correspond à 600 journées ou encore à quelque 3 années de travail pour une personne! Leur travail non-rémunéré en termes monétaires est pourtant apprécié par la quasi-majorité: 96% d'entre eux étaient *satisfaits* ou *plutôt satisfaits* de leur activité, ce qui donne une valeur de 4,6 pour la Scorecard.
- Chacun en conviendra, l'image d'une manifestation est très importante pour son succès futur. Les valeurs de la Scorecard font état d'une image assez bonne auprès des spectateurs et de l'organisateur ; cette image est encore meilleure auprès de la population locale. Enfin, les spectateurs considèrent le plus souvent Athletissima comme étant un événement: *divertissant, varié, bon pour l'image de la région sur le plan national ou international*.

Approche benchmark : ratios de la manifestation sportive

Afin de faciliter les comparaisons inter-événements, six ratios ont été calculés ; quatre sur six sont combinent des variables de deux domaines, à savoir l'écologie et l'économie :

Illustration 4: Sportevent-Scorecard Ratios

24	Ratio subvention = $\frac{\text{Création de valeur brute totale dans la région (en CHF)}}{\text{Subventions (en CHF)}}$	3,55
25	Création de valeur régionale = $\frac{\text{Création de valeur brute totale dans la région (en CHF)}}{\text{Création de valeur brute totale en Suisse (en CHF)}}$	80%
26	Ratio énergie = $\frac{\text{Création de valeur brute totale en Suisse (en CHF)}}{\text{Consommation d'énergie totale (en MJ)}}$	0,07 CHF/MJ
27	Intensité en déchets du chiffre d'affaires = $\frac{\text{Total des déchets à la manifestation (en g)}}{\text{Total chiffre d'affaires généré en Suisse (en CHF)}}$	0,2 g/CHF.
28	Intensité de bénévolat de la manifestation = $\frac{\text{Nombre de bénévoles (personnes)}}{\text{(Nbre personnes à la manifestation - Nbre de bénévoles)}}$	0,04
29	Part du bénévolat au travail nécessité par l'événement = $\frac{\text{Journées de bénévolat (+ militaires)}}{\text{(Total travail EPT + journées de(bénévolat + militaire))}}$	15%

29: EPT: équivalent plein temps, cf. note pour 10.

- Le *ratio de subvention* met en relation les subventions des pouvoirs publics (input) avec la création de valeur brute réalisée dans la région (output). Dans le cas d'Athletissima, il s'élève à 3,55.
- Quel pourcentage de la création de valeur revient à la région lausannoise ? (*ratio création de valeur régionale*). Dans le cas d'Athletissima, il s'inscrit à 80%.
- Le *ratio d'énergie* compare la consommation d'énergie avec la création de valeur brute. Pour Athletissima, chaque MJ d'énergie consommé résulte d'une création de valeur de CHF 0,07.
- La comparaison entre quantité de déchets et chiffre d'affaires en Suisse (*Intensité en déchets du chiffre d'affaires*) démontre - pour l'anecdote - que chaque franc de chiffre d'affaires engendre 0,2 g de déchets à la manifestation !
- Pour Athletissima, *l'intensité du bénévolat* dans la manifestation est de l'ordre de près de 4 bénévoles pour 100 personnes présentes à la manifestation.
- *La part du bénévolat au total du travail engendré par la manifestation* (bénévo-lat plus création régionale d'emploi) a été estimée à 15%.

1. Introduction

1.1 Projet global

Athletissima est l'une des sept grandes manifestations sportives étudiées dans le cadre du projet global „ Importance économique d'événements sportifs en Suisse“.

Lors de la préparation de ce projet national, de grosses lacunes scientifiques dans le domaine de l'économie du sport ont été constatées². Jusqu'à aujourd'hui, il manquait en Suisse des analyses générales sur les retombées des manifestations sportives. Les analyses coûts-bénéfices de manifestations effectuées négligeaient tantôt des aspects économiques importants, tantôt des aspects écologiques, mais aussi certaines incidences en matière de coûts et bénéfices sociaux. En outre, « les grandes manifestations sportives sont souvent isolées et ne sont pas étudiées comme partie intégrante d'une branche sportive »³, respectivement d'une branche autonome de l'économie politique. Des chiffres concrets et scientifiquement fondés ne sont pas seulement importants pour les organisateurs, mais aussi pour les fédérations sportives, les sponsors et les pouvoirs publics qui soutiennent la manifestation.

L'objectif du projet global consiste à identifier l'apport - sous forme de données scientifiques - des effets économiques de *manifestations sportives de grande envergure*. Tandis que les différents effets sont étudiés dans les domaines de l'économie, de l'écologie et du social, un chapitre sera consacré à l'aspect de l'image ; enfin, une partie importante du projet est en outre l'intégration de la manifestation sportive dans un système économique général du sport et la prise en considération méthodique dans la comptabilité nationale.

Dans ce modèle, sept grandes manifestations sportives ont été étudiées. Outre le présent cas Athletissima, des études ont été entreprises sur les courses de Coupe du Monde de ski alpin à St-Moritz, le Marathon de l'Engadine, le CSIO de St-Gall, le Montreux Volley Masters, les championnats du monde d'aviron à Lucerne et les courses du Lauberhorn à Wengen. Ces diverses études de cas font parties d'un rapport global qui, à côté des bases théoriques, contient une description détaillée de la méthode. D'autres indications relatives au projet se trouvent sur la plateforme Internet.⁴

Les données caractéristiques les plus importantes sont résumées dans le *Sporte-vent-Scorecard*, un instrument de synthèse des différents aspects étudiés de l'organisation.⁵ Pour la première fois, l'on disposera ainsi d'outils de comparaison de grandes manifestations sportives.

Le projet est financé par la Commission pour la Technologie et l'Innovation (CTI) de l'Office fédéral de la formation professionnelle et de la technologie, ainsi que par Swiss Olympic et les différents organisateurs.

² Müller, H./ Stettler, J. (1999); Weinmann, G./ Monnin, P. (1999); Wunderle, N./ Frey, R.L. (1999); Laesser, Chr./ Ludwig, E. (1999)

³ cf. Trosien, G. (1999); Meyer, B., Ahlert G. (2000); Weber, W. et al. (1995) pour l'Allemagne

⁴ www.sporte-vent-scorecard.ch

⁵ cf. chapitre 1

1.2 Objectifs de l'étude de cas

Lors de la planification et de la réalisation de grandes manifestations sportives, il manque souvent aux organisateurs des données de base ; des chiffres fiables font également défaut dans le processus politique d'argumentation (pour ou contre), dans la mise en œuvre ou la participation à une manifestation. Cela s'est vérifié dans le cas d'Athletissima, raison pour laquelle les organisateurs ont décidé de participer à ce projet.

L'étude de cas d'Athletissima vise à saisir les effets de cette manifestation dans le concert des événements internationaux du genre, sur l'espace régional et helvétique. La synthèse des différentes retombées est effectuée au moyen de chiffres caractéristiques provenant de l'économie, de l'écologie et du social⁶.

L'étude livre aux membres du Comité d'organisation une analyse fondée de leur manifestation sportive, avec l'ambition d'être un outil de gestion intéressant.

Plusieurs des constats formulés dans le cadre de l'analyse d'Athletissima peuvent servir à d'autres organisations dans un esprit de benchmark positif, et la trame d'analyse, tout comme le modèle de calcul, peuvent servir d'indicateurs utiles.

Ainsi, d'autres organisateurs sportifs pourront trouver dans les résultats de ce travail des repères utiles à leur propre organisation. Les fédérations sportives, les sponsors et les pouvoirs publics devraient également y trouver des bases de décision bienvenues grâce à ces chiffres présentés en primeur et facilitant la comparaison avec d'autres grandes manifestations sportives.

⁶ Cf. Résumé

1.3 Données de référence d'Athletissima

Il faut remonter à une vingtaine d'années pour retrouver les origines du meeting d'Athletissima. Plus précisément avec la construction, en 1977, de pistes synthétiques pour l'athlétisme au Stade Pierre-de-Courbertin à Lausanne-Vidy, au bord du lac Léman, site de l'exposition nationale suisse de 1964 ; la prise de conscience de l'urgence de stimuler l'athlétisme en Suisse romande est alors générale. Très rapidement, le premier *Meeting de Lausanne* est né, avec un immense succès populaire à la clef.

1984 : l'année des Jeux de Los Angeles et l'avènement du sponsoring sportif : l'athlétisme international passe la vitesse supérieure ; le *Grand Prix* est créé, incluant une quinzaine de meetings internationaux. Hélas, si Zürich y figure, Lausanne ne peut y être associée, faute d'infrastructures adéquates et d'expériences à haut niveau ; il convient de prendre des mesures. En 1986, c'est donc l'adieu au Stade de Courbertin, avec la construction d'une piste appropriée et l'organisation du meeting au Stade de la Pontaise, sur les hauteurs de la ville cette fois-ci.

Lausanne obtient son accessit au Grand Prix et le premier grand meeting est tenu dans cet environnement en septembre 1987 : 19'000 personnes garnissent le Stade de la Pontaise !

Illustration 5: Données de référence de la manifestation

Discipline: meeting d'athlétisme

Dates: 4 juillet 2001

Lieu: Lausanne, stade de la Pontaise

Budget: CHF 2,5 millions

Spectateurs: 15'000

Athlètes : 350

Encadrement athlètes: 100

Représentants médias: 420

Bénévoles: 600

Fréquence de l'événement: annuel

La même année, l'Association *Athletissima* est fondée, avec comme partenaires principaux la Ville de Lausanne, le canton de Vaud, les deux clubs d'athlétisme locaux (Lausanne Sports et Stade Lausanne), le tout administré par un comité d'organisation de 13 membres, emmené par Jacky Delapierre. Ce dernier est une personnalité à la vision indépendante et providentielle, car à la fois opiniâtre, chaleureuse et animée d'une foi apte à renverser les montagnes : *Athletissima* figure rapidement dans le *Top 5* des meetings d'athlétisme mondiaux.

Une manifestation sportive de l'envergure d'Athletissima – événement concentré sur une seule soirée avec des enjeux financiers élevés – s'appuie d'une part sur un tissu relationnel extrêmement fort en matière de relations publiques et relations-presse, d'autre part sur un staff de bénévoles au-dessus de tout soupçon, sans lesquels la manifestation n'existerait pas et dont l'idéalisme est proportionnel à la considération pratiquement « sacrée » que leur voue le comité.

Bon an mal an, au cours de ces dernières années, le budget de l'événement Athletissima – qui voit la venue à Lausanne d'une bonne douzaine de champions olympiques et du monde - est de l'ordre de deux à deux millions et demi de francs, financés par une dizaine de sponsors au total.

A signaler – last but not least – que la manifestation bénéficie d'un contrat signé avec deux partenaires télévision (SSR Idée suisse + Eurosport), ceci jusqu'en 2004.

2. Procédure méthodologique

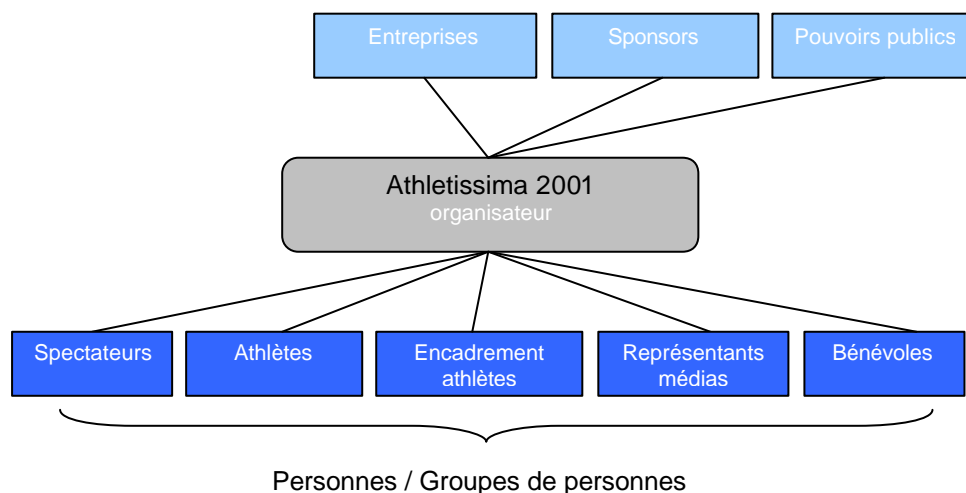
Ce chapitre donne un bref aperçu de la procédure méthodologique utilisée pour cette étude de cas. Des informations plus détaillées se trouvent dans le rapport global "Importance économique d'événements sportifs en Suisse", édité par l'Office Fédéral du Sport.

2.1 Définitions et délimitations

Définition des acteurs, des personnes et catégories de personnes

Lors de la manifestation les *acteurs* suivants sont pris en compte : l'organisateur, les spectateurs, les athlètes, l'encadrement des athlètes⁷, les bénévoles, les représentants des médias, les entreprises-événement, les sponsors, la population locale et les pouvoirs publics. Les cinq acteurs : spectateurs, athlètes, encadrement athlètes, bénévoles⁸ et représentants de la presse sont désignés comme *personnes ou groupes de personnes*.

Illustration 6: Aperçu des acteurs



L'analyse se focalise sur les retombées économiques régionales. Comme *catégorie de personnes* on entend - à côté des indigènes - les personnes hébergées en hôtellerie ou autres formes d'hébergement ainsi que les excursionnistes (visiteurs d'un jour).

⁷ Les dépenses personnelles des officiels et arbitres sont incluses dans le groupe "encadrement athlètes"

⁸ Les dépenses personnelles du comité d'organisation (y compris secrétariat, etc) sont incluses dans le groupe "bénévoles"

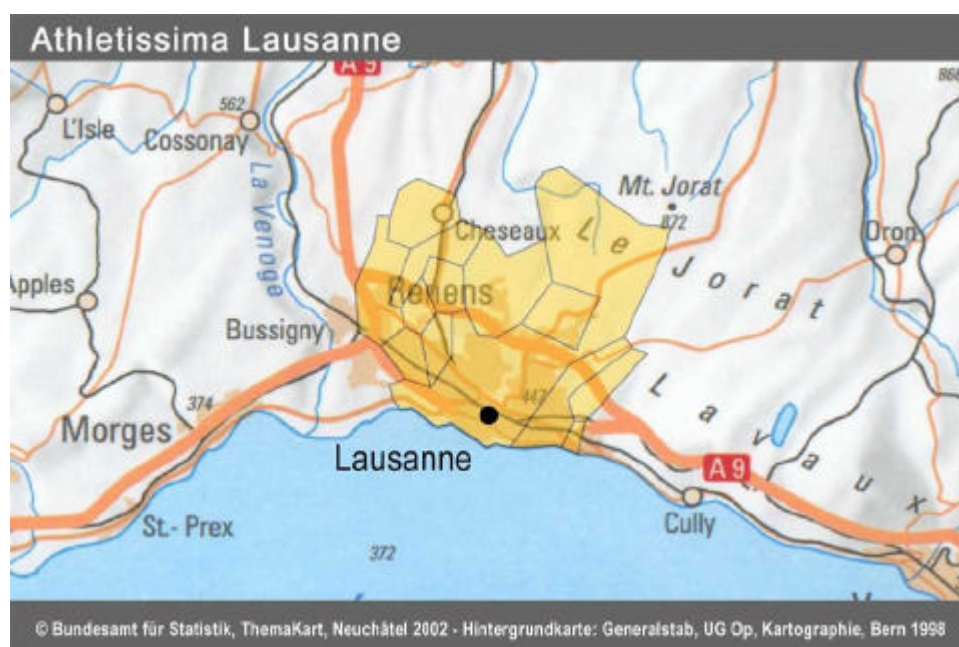
Délimitation spatiale

La mise au point de l'analyse repose sur des retombées économiques régionales. Comme espace régional d'étude pour la manifestation, la ville de Lausanne "élargie" a été choisie (Illustration 7). Celle-ci regroupe à côté de Lausanne les communes de Belmont sur Lausanne, Crissier, Epalinges, Jouxteus-Mézery, Paudex, Prilly, Pully, Renens et Romanel sur Lausanne.

Sont considérés comme *indigènes* les personnes qui ont leur domicile dans ces communes.

Comme site de la manifestation, le stade de la Pontaise a été retenu. Dans l'analyse, la distinction est faite entre les effets économiques d'une part sur le site de la manifestation (le stade et son environnement direct) et d'autre part en dehors de la manifestation, dans l'espace politique susmentionné.

Illustration 7: Région de Lausanne



Délimitation temporelle

La manifestation débute avec l'arrivée des athlètes et des entraîneurs, ainsi qu'une partie de la presse la veille de l'événement et se déroule jusqu'au lendemain du meeting.

L'analyse prend donc en considération, outre les dépenses des différents groupes dans la zone de la manifestation, celles qui ont été faites dans la région pendant le temps de séjour total. Le temps de séjour peut couvrir une plus grande période, comme la durée de l'organisation. Ces dépenses ne sont toutefois prises en considération que dans la mesure où elles sont dues effectivement à l'organisation.⁹

⁹ Cf. Section " Délimitation à d'autres motifs de voyage (facteur événementiel)

Prise en compte d'autres motifs de visite dans l'analyse (facteur événementiel)

Afin que seule la partie des effets économiques, écologiques et sociaux effectivement imputée à l'organisation soit prise en compte, une délimitation doit intervenir.

Les dépenses directement effectuées par les différents groupes de l'organisation sont attribuées à Athletissima à 100%. Avec les dépenses hors organisation, cela se passe différemment : les dépenses d'indigènes ne sont pas prises en considération. Pour tous les autres groupes, Athletissima est décisif pour le voyage à Lausanne (motif de voyage). Les athlètes, les entraîneurs, les représentants des médias et les bénévoles ne sont venus en principe qu'à cause de l'événement : leurs dépenses totales dans la région sont assignées en conséquence à Athletissima.

Pour les spectateurs, l'importance du meeting dans la décision du voyage n'est pas aussi évidente ; conséquemment, elle a été déterminée empiriquement (*question*: quel rôle a joué la manifestation dans votre décision de venir dans la région ?). On a dès lors assigné à chaque spectateur un facteur événementiel variant entre 0.0 et 1.0, sur une échelle à 5 niveaux. Toutes les dépenses des spectateurs - en dehors de l'organisation - ont été pondérées en conséquence par ce facteur événementiel.

Pour les visiteurs logés dans la région, les coûts de transport ne renferment que les coûts du lieu d'hébergement au site de la manifestation. Pour les excursionnistes, seule la part du voyage effectuée dans la région lausannoise est considérée comme dépense dans la région.

Lors de la détermination des effets écologiques, le voyage vers le lieu de la manifestation a été pris en considération à concurrence de 100%, un voyage dans la région (respectivement au lieu d'hébergement) étant toutefois pondéré par le facteur événementiel. Pour les aspects sociaux, aucun facteur événementiel n'a été utilisé.

Effets à court terme et à long terme

Une problématique centrale de l'évaluation des retombées de grandes manifestations est représentée par sa composante temporelle. Dans cette étude, seuls *les effets à court terme* seront en principe traités. Ne sont pas pris en considération les rendements économiques à long terme, comme l'amélioration de l'image et les investissements effectués.

Une appréciation particulièrement complexe est *l'estimation de la création d'emplois*. Le modèle de calcul détermine le volume d'emplois en équivalent temps complet créé. Dans la réalité, l'effet de la création d'emplois ne conduit qu'en partie et temporairement à l'augmentation des places de travail. La raison réside en particulier dans le fait que les effets économiques directs de la manifestation se concentrent sur une courte période, raison pour laquelle les entreprises répondent en partie à ce surcroît de travail avec leur personnel habituel. Ce facteur doit être pris en compte lors de l'interprétation des résultats.

« Crowding Out »

Il n'est pas rare - durant une grande manifestation - que l'on observe une tendance au déplacement des hôtes habituels (ou de résidents) qui ne sont pas intéressés à l'événement - voire que l'événement dérange. La raison de cette attitude peut être expliquée par des capacités surchargées, des prix surfaites ou tout simplement une

attitude négative vis-à-vis de grands événements. Ces effets temporaires sont appelés effets de dégagement ou de substitution (Crowding out).

On distingue trois effets de dégagement:

- *Dégagement géographique*: Les hôtes évitent le lieu de la manifestation et se déplacent vers d'autres sites touristiques à l'intérieur et à l'extérieur de la région.
- *Substitution temporaire*: Les visiteurs s'abstiennent pendant l'événement, mais visitent la région à un moment antérieur ou ultérieur.
- *Substitution monétaire*: Les visiteurs s'abstiennent et dépensent leur argent pour d'autres produits que le voyage dans la région.

Grâce à l'analyse des nuitées, respectivement à l'étude du taux d'occupation de semaines comparables, une évaluation du déplacement des hôtes dû à la manifestation peut être effectuée.¹⁰

2.2 Instruments d'identification, retour et caractéristiques des données

L'illustration 8 donne un aperçu des instruments de perception utilisés dans cette étude de cas. Une explication détaillée est donnée dans le rapport global et sur le site Internet www.sportevent-scorecard.ch. L'étude de cas d'Athletissima a été entreprise à un moment où tous ces instruments n'ont pas encore été mis au point dans leur version finale. Comme le montre l'illustration 8, des informations importantes peuvent être obtenues directement auprès des organisateurs grâce à des interviews et des questionnaires

Pour la projection des données collectées la disposition de la population était importante. Le nombre de spectateurs et des autres acteurs présents à Athletissima a été estimé par l'organisateur.

¹⁰ Cf. Paragraphe 3.1

Illustration 8: Aperçu des instruments d'identification / perception

	Acteurs	Domaine / Thème	Base de donnée
avant l'événement	Organisateurs	Organisation	Interview: Guide d'entretien
		Matrice de pertinence	Questionnaire
		Structure et dépenses	Questionnaire
		Paysage	Questionnaire
		Image	Questionnaire (perception des organisateurs)
pendant l'événement	Spectateurs	Données, voyage, aspect social, image	Liste tirets et questionnaire personnes
	Média	Données (Frais), voyage	Liste tirets et questionnaire personnes
	Equipes*		
après l'événement	Organisateur	CA, Prestations préalables, investissements, employés	Questionnaire à valeur ajoutée
	Entreprises	CA, prestations préalables, employés	Questionnaire d'entreprise / organisateur
	Sponsors	Contributions, prestations préalables, employés	Questionnaire sponsors / organisateur
	Bénévoles	travail bénévole, dépenses	Questionnaire bénévoles
	Population	Image	Enquête téléphonique

* Equipes: Athlètes + encadrement athlètes

La composition des spectateurs dans les groupes excursionnistes et ceux séjournant (hôtel et autres formes de logement), ainsi que pour les Suisses et les étrangers a été définie au moyen des questionnaires retournés et des données émanant de l'organisateur. Eu égard au fait que les spectateurs ne pouvaient être contactés que temporairement - juste avant et après la manifestation - il a été décidé de ne pas utiliser la liste tirets pour cette enquête. A leur arrivée et au départ du stade, 1'200 spectateurs ont été abordés et ont reçu un questionnaire. 376 questionnaires furent retournés par les spectateurs.

Compte tenu du temps à disposition (un soir), les retours de base pour l'étude de cas d'Athletissima peuvent être qualifiés de très bons en termes de budget-organisation. Des informations crédibles ont été obtenues grâce aux questionnaires des visiteurs, de petites incertitudes existent pour les données sur les athlètes, leur encadrement et les représentants médias. Les données relatives aux entreprises et aux sponsors ont été ajustées après consultation des organisateurs.

Les résultats des différentes enquêtes ont été façonnés à l'aide des modèles d'exploitation économique, écologique et social. Les hypothèses sur lesquelles ils reposent sont décrites de manière détaillée dans le rapport général.

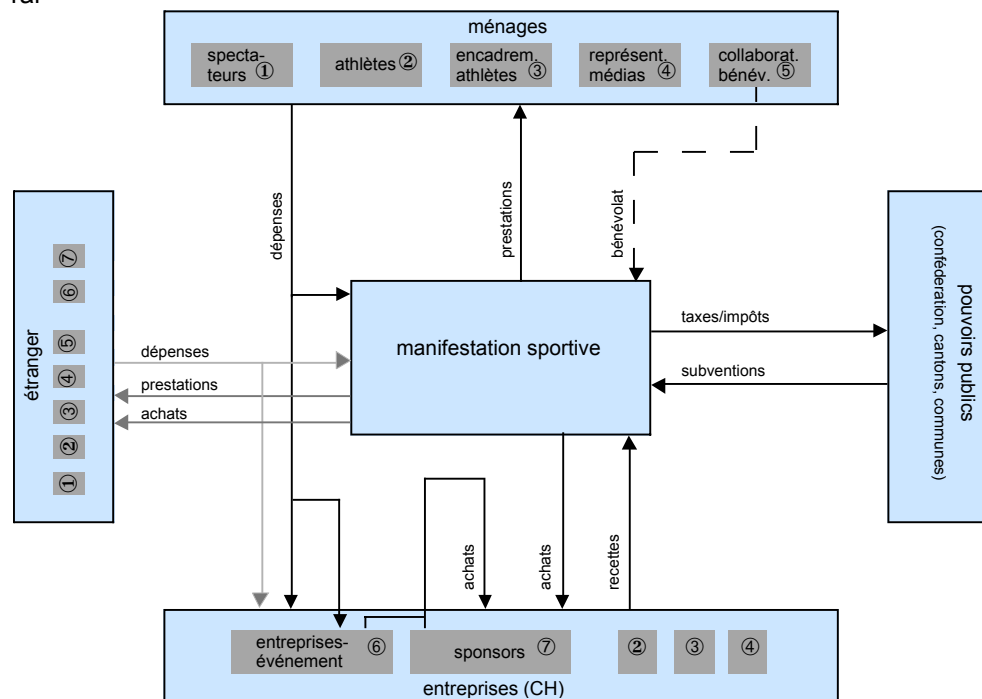
L'appréciation de crédibilité des résultats implique de signaler que ceux-ci se basent sur des extrapolations et veulent être compris comme des valeurs approximatives. En outre, les données citées dans le rapport peuvent différer légèrement de celles figurant dans les annexes pour des raisons de commodités de présentation (arrondis).

Pour la bonne compréhension des données, un certain nombre d'explications sont fournies quant à la procédure utilisée dans l'approche économique, écologique ou sociale.

2.3 Aspects économiques

L'appréhension de l'apport économique constitue l'aspect principal de l'étude. Ces effets sont saisis à l'aide du modèle élaboré dans le cadre du projet général orienté sur la comptabilité nationale (CN). La manifestation est examinée à la loupe des différents secteurs de la CN : ménages, entreprises, services publics et étranger (Illustration 9). Ce schéma propose une piste de réflexion en soulignant les effets multiples au niveau économique dans le cadre du modèle général.

Illustration 9 La manifestation à la lumière du modèle économique général



- Pour les ménages : ce sont avant tout les dépenses personnelles des spectateurs suisses ainsi que des autres groupes de personnes en provenance du pays qui sont importantes ; parallèlement, les ménages profitent des opportunités d'emplois et de revenus créées par la manifestation (prestations envers les ménages). Enfin, les prestations de bénévolat, indispensables à l'organisation de toute grande manifestation - sont aussi remarquées.
- Les pouvoirs publics (confédération, cantons et communes) : les collectivités subventionnent l'événement d'un côté et en profitent de l'autre au travers des taxes et autres impositions fiscales.
- Les entreprises : ce sont celles que l'on qualifie d'entreprises-événement, auxquelles s'ajoutent les sponsors et les médias ; toutes sont essentielles par leurs contributions de loyers pour stands, sponsoring, indemnités pour droits TV, etc...le tout étant exprimé en termes de recettes. Mais des tiers profitent également du fait que l'organisateur et les entreprises-événement se procurent chez eux différents produits ou services (achats). Les acteurs athlètes et leur encadrement humain ainsi que les représentants des médias sont donc pré-

sents non seulement dans le secteur des ménages, mais ils le sont également dans celui des entreprises : il s'agit ici des dépenses non personnelles effectuées sous la houlette des entreprises (par exemple dépenses émanant du budget d'une équipe sportive, etc...)¹¹.

- Lors de manifestations à résonance internationale, le secteur étranger joue également un rôle non négligeable : des spectateurs, des athlètes, des entraîneurs et représentants des médias viennent parfois en nombre de l'étranger et consomment dans le pays. D'un autre côté, l'organisateur achète également des biens et services à l'étranger et indemnise aussi les athlètes étrangers (*prestations à étrangers* dans la comptabilité nationale).

Les effets directs (section 3.2) et les effets indirects (section 3.3) de la manifestation, à travers la consommation intermédiaire et les investissements, sont dès lors saisis. Au centre de l'analyse figurent les chiffres d'affaires, la création de valeur brute et la création d'emplois. Spatialement, les effets sont aussi différenciés entre région, Suisse et étranger. Dans la mesure du possible, ils sont appréhendés d'après les différentes branches économiques, en fonction des indications du compte de production de l'OFS.

Les recettes fiscales ainsi que les subventions des pouvoirs publics, les effets sur la balance des paiements de la Suisse (dépenses des étrangers en Suisse et importations) ainsi que l'importance du bénévolat et des services non monétarisés sont aussi pris en compte.

Les différentes composantes du modèle économique sont brièvement expliqués ci-après ; les abréviations entre parenthèses se réfèrent à la schématisation des effets totaux dans l'illustration 10.

Effets économiques directs

Sont retenus comme effets économiques directs:

- Les retombées engendrées par l'organisateur lui-même (B1). La base de cette analyse est le budget ou le compte des pertes et profits de l'organisateur.
- Les retombées émanant des entreprises-événement, à savoir les entreprises présentes sur le site de la manifestation (B2). Celles-ci comprennent en premier lieu les chiffres d'affaires (nourriture, boissons, souvenirs, etc.) générés par les spectateurs et autres groupes de personnes, données saisies par questionnaires.
- Les retombées émanant des groupes de personnes présentes à la manifestation (spectateurs, athlètes et leur encadrement, représentants des médias et bénévoles). A l'aide de questionnaires, il a été possible de cerner les dépenses imparties à la manifestation (A) comprenant aussi les dépenses pour le transport vers l'événement, ainsi que les dépenses en dehors de la manifestation (C1). Le modèle d'évaluation calcule les dépenses moyennes en se basant sur les fréquences, le nombre de nuitées et les effectifs des divers groupes de personnes ; il distingue également les différentes catégories (indigènes, visiteurs logés et excursionnistes). Est également calculé le nombre de nuitées engendrées par la manifestation.

¹¹ pour des raisons pratiques, toutes les dépenses des athlètes, leur encadrement ainsi que les dépenses des représentants des médias sont traités comme un tout, sans différenciation en dépenses personnelles et de l'entreprise (c.f section 3.1).

Les dépenses des spectateurs lors de la manifestation sont prises en compte à 100% pour les calculs ; celles effectuées en dehors de la manifestation ne sont pas saisies pour les indigènes parce qu'elles ne peuvent être attribuées à la manifestation. Pour les autres spectateurs, ces dépenses sont pondérées par le facteur événementiel - comme déjà expliqué plus haut (2.1) - afin d'éviter toute surestimation des effets. Les dépenses recensées dans le reste de la Suisse ne sont prises en compte que pour les visiteurs de l'événement en provenance de l'étranger.

Le concept de saisie méthodique des effets économiques directs permet la proposition de tests de plausibilité ; cet objectif est atteint dans la comparaison des dépenses des personnes lors de la manifestation (A) et des chiffres d'affaires réalisés par les entreprises-événement (B2) avec les chiffres avancés par l'organisateur (seulement B1, entrées).

Effets économiques indirects

Parallèlement à l'évaluation des effets directs, le modèle calcule les effets économiques indirects de la manifestation. Il s'agit ici d'effets qui sont engendrés par la consommation intermédiaire (C2) de l'organisateur et des entreprises-événement, ainsi que par les investissements (C3) de l'organisateur.

Les effets indirects touchent également la région de la manifestation, le reste de la Suisse ainsi que l'étranger ; ils sont respectivement saisis et répartis par branches dans la mesure du possible.

Effets totaux

L'illustration 10 résume les composantes saisies par le modèle économique général, ceci pour les entreprises et les personnes présentes à la manifestation.

Illustration 10: Evaluation des effets totaux

Lieu des dépenses	Entreprises					Groupes présents
1. Sur le site de la manifestation	B1		B2		coordination	A
2. Dans la région, en-dehors de la manifestaion	CI	C2	INV	C3		C1
3. Dans le reste de la Suisse	CI	C2	INV	C3		C1*
4. A l'étranger	CI	C2	INV	C3		

■ Effets directs
■ Effets indirects

Inscription identique au modèle d'évaluation
 CI = consommation intermédiaire, INV = investissements
 * seulement dépenses d'hôtes étrangers

Agrégés, les effets directs et indirects indiqués ci-dessus forment les effets économiques globaux de la manifestation. Dans l'illustration 10, ils correspondent à la somme des effets économiques du côté des entreprises (B1+B2+C2+C3) plus les dépenses des groupes de personnes présentes en dehors de la manifestation

(C1). Sont ainsi estimés les chiffres d'affaires, la création de valeur brute et l'impact sur l'emploi de la manifestation dans la région ainsi que dans la Suisse entière.

2.4 Aspects écologiques

La partie traitant des aspects écologiques couvre l'analyse des effets sur l'environnement des manifestations sportives de grande envergure. Le transport et les cinq secteurs suivants : l'énergie, l'air, le climat, les déchets et le paysage ont été examinés. En plus d'une analyse quantitative, ces cinq secteurs ont été jugés en fonction des mesures réalisées par les organisateurs concernant la réduction des effets sur l'environnement pour les secteurs transport, énergie, déchets et paysage.

Illustration 11: Aperçu du modèle écologique

	Domaine de l'environnement					
	Transport	Energie	Air	Climat	Déchet	Paysage
Analyse Quantitative	Total km km/pers.	Total MJ MJ/pers.	Total NOx NOx/pers.	Total CO2 CO2/pers.	Total kg kg/pers.	Outil paysage
Analyse Qualitative	x	x	x	x	x	x
Catégories importantes	Circulation de personnes	Circulation de personnes, Énergie, Chauffage Autre circulation	Circulation de personnes	Circulation de personnes	Déchets directs engendrés par la manifestation	Effets de la manifestation sur le paysage

x: est réalisé

Transport

Dans le domaine des transports, les distances parcourues pour l'aller et le retour ainsi que les moyens de transport utilisés ont été étudiés. Les distances de voyage jusqu'au lieu d'hébergement sont, comme dans la partie économique, pondérées par le facteur événementiel. A travers ce facteur événementiel, les distances moyennes parcourues et la prestation des transports des groupes se réduisent, spécialement chez les spectateurs. Cela est valable pour le jugement et l'interprétation des résultats au paragraphe 3.5.

Energie, air, climat

L'énergie est un indicateur clé pour les pollutions, parce qu'une corrélation étroite existe entre une consommation d'énergie, la population et le climat. La grandeur centrale mesurée pour la consommation d'énergie est un mégajoule (MJ). Le calcul de la consommation d'énergie pour le transport vers l'événement résulte des données qui ont été collectées auprès des spectateurs au moyen de questionnaires. Comme grandeur mesurée pour l'ampleur de la pollution atmosphérique, les émissions d'oxyde nitrique (NOX) ont été calculées. Les émissions de CO₂ calculés forment la base de l'appréciation des conséquences sur le climat.

Le secteur de l'énergie est évalué quantitativement et qualitativement. La consommation d'énergie des différents groupes d'hôtes et des personnes ainsi que le total de l'énergie consommée sont représentés en mégajoules (MJ) et MJ/personne pour l'organisation entière. De plus, les mesures prises par l'organi-

sation concernant la réduction de la consommation d'énergie et ses effets sont analysés et des possibilités d'amélioration sont examinées.

Déchets

Lors de l'organisation et du déroulement de grandes manifestations, des quantités considérables de déchets sont souvent produites. Elles proviennent d'une part des infrastructures et des constructions, d'autre part du public présent. La quantité totale des déchets ainsi que leur conditionnement et leur traitement ont été analysés.

Paysage

En vue de cerner l'influence éventuelle de l'organisation événementielle sur le paysage, un outil « paysage » a été développé. Le besoin en surface nécessaire et l'intensité d'utilisation ont pu être définis et rassemblés dans une valeur numérique. Cet indicateur donne une explication sur l'ampleur de la charge.

2.5 Aspects sociaux

L'homme n'est heureusement pas seulement un *homo oeconomicus* et d'importants aspects sociaux de chaque manifestation, difficilement quantifiables, doivent être appréciés, qui influencent la vie sociale de la région. Dans trois études de cas du projet global, le comité d'organisation, les spectateurs et les bénévoles, ainsi que la population, ont été interrogés à l'aide d'un recueil de questions sociales ayant pour thème l'adhésion, respectivement les freins des acteurs concernant l'organisation de l'événement. Les questions couvrent largement les aspects d'utilisation, le niveau d'identification de l'événement avec la région (image) ou encore la possibilité de contacts sociaux. Divers aspects de dommages sociaux, comme par exemple les problèmes de dopage ou de risques pour la santé, sont aussi analysés. La présentation des résultats se trouve dans les diagrammes en barres contenant les moyennes des réponses aux différentes questions. Dans l'annexe se trouvent les distributions des fréquences de réponses, séparées selon les groupes interrogés. Pour la présentation du tableau de bord, les aspects sociaux (organisateur, spectateurs, population) sont résumés sur la base d'une analyse "cluster" à deux dimensions, à savoir aspects sociaux d'utilisation (p. ex. effet de modèle, amélioration des infrastructures, identification à la région) et aspects de dommages sociaux (dopage/rivalité).

2.6 Image

Evaluation de la manifestation

L'image représente - pour le développement et le succès économique, donc pour la pérennité d'une organisation - une dimension importante. En plus du secteur social (section 2.5), les groupes de visiteurs et les organisateurs ont été questionnés sur leur perception de l'image de l'organisation. Ce deuxième catalogue de questions utilise des couples de notions opposées. La question était: « *ressentez-vous l'organisation plutôt ... ou ... ?* ». Et les estimations ont été enregistrées entre

ces deux notions sur une échelle de Likert à 5 niveaux. La présentation des résultats a également lieu dans un diagramme en barres avec les moyennes des couples de notions. Les distributions des fréquences des réponses aux différents couples de notion se trouvent en outre dans l'annexe. Une analyse „cluster“ sert de base au résumé des questions d'image dans deux secteurs, à savoir: Image positive et incidence sur l'environnement. Ceux-ci sont utilisés pour la présentation du „tableau de bord“.

Satisfaction des spectateurs et facteurs de succès

Il est précieux pour un organisateur de savoir sur quels facteurs de succès la satisfaction des spectateurs est fondée. Ces critères de succès de la manifestation sont identifiés empiriquement à l'aide de la variable « satisfaction concernant la manifestation » sur la base d'une analyse de contingence entre la mesure de la satisfaction et d'autres variables appropriées.

3. Résultats de l'enquête

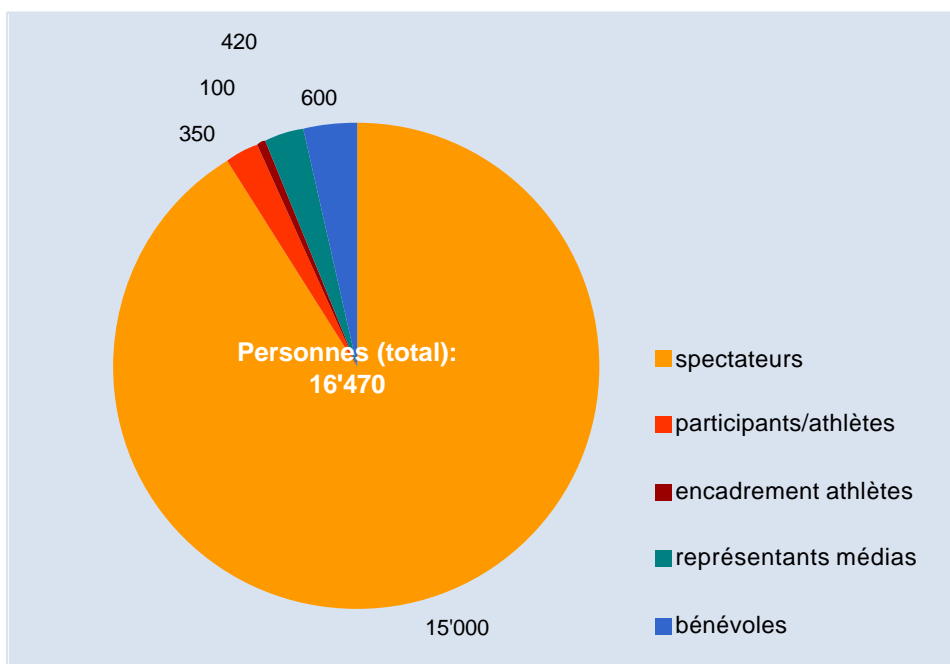
Les principaux résultats de l'enquête sont décrits ci-après. La partie 3.1 présente les différentes personnes présentes lors de la manifestation. Le groupe des personnes présentes comprend les spectateurs, les athlètes, l'encadrement des athlètes, les représentants des médias, ainsi que les bénévoles. Suivent ensuite les aspects économiques (3.2 à 3.4), ainsi que les aspects écologiques (3.5) et sociaux (3.6) de la manifestation. Des tableaux détaillés peuvent être trouvés en annexe.

3.1 Généralités

Personnes

Au total environ 16'500 *personnes* ont été présentes à l'édition 2001 d'Athletissima. Environ 15'000 d'entre eux, ou encore 91%, étaient des *spectateurs*. Les autres 1'500 personnes (9%) ont été impliquées de manière active à cet événement. Y font partie les groupes des athlètes et de leur encadrement avec 450 personnes, environ 420 représentants médias ainsi que 600 bénévoles (illustration 12).

Illustration 12: Personnes présentes à Athletissima 2001 selon leur rôle dans la manifestation



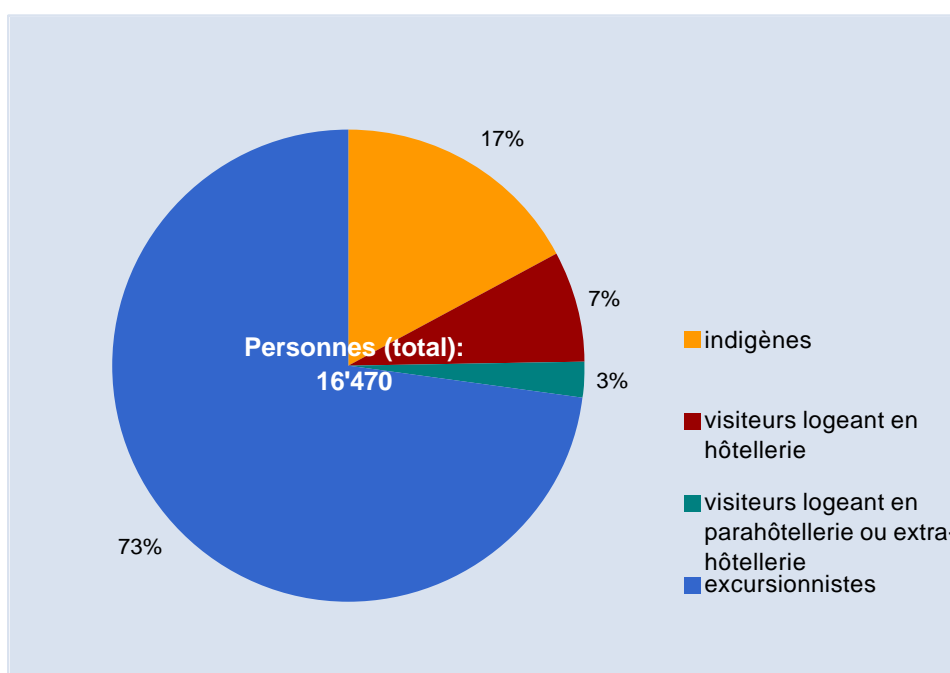
En observant les valeurs de plus près, on constate que 20% des spectateurs sont des indigènes. Les spectateurs venant d'ailleurs se composent à 89% de Suisses et à 11% de spectateurs venant de l'étranger. 92% (ou 11'600 personnes) d'entre eux sont des excursionnistes (seulement présents dans la région pour une jour-

née), 4,5% logent dans des hôtels et 3,5% en parahôtellerie ou chez des amis/familles.

La totalité des *athlètes* ainsi que leurs *équipes* logent à l'hôtel. Pour les *représentants des médias*, environ deux-tiers logent à l'hôtel, les autres n'étant essentiellement présents que pendant la journée, ou habitant la région. Les *bénévoles* proviennent à raison de 55% de l'agglomération lausannoise, les autres des communes environnantes.

Les *personnes présentes à Athletissima* (tous les groupes) se répartissent de la manière suivante: environ 3'000 personnes sont des indigènes (17%), 1'200 logent en hôtel (7%), 450 en parahôtellerie ou chez des amis/famille (3%) et 12'000 personnes sont des excursionnistes (73%).

Illustration 13: Personnes présentes lors d'Athletissima 2001 selon la catégorie de visiteurs



Personnes: spectateurs, athlètes, encadrement athlètes, représentants médias, bénévoles.

Importance de l'événement Athletissima dans la motivation de voyage (facteur-événementiel)

Plus Athletissima est important pour la décision des spectateurs de venir à Lausanne, plus le facteur-événementiel sera élevé (cf. section 2.1). Un peu plus de neuf spectateurs sur dix peuvent être considérés comme des « touristes-événement » (facteur-événementiel 1 ou 0,75), comme le souligne l'illustration 14.

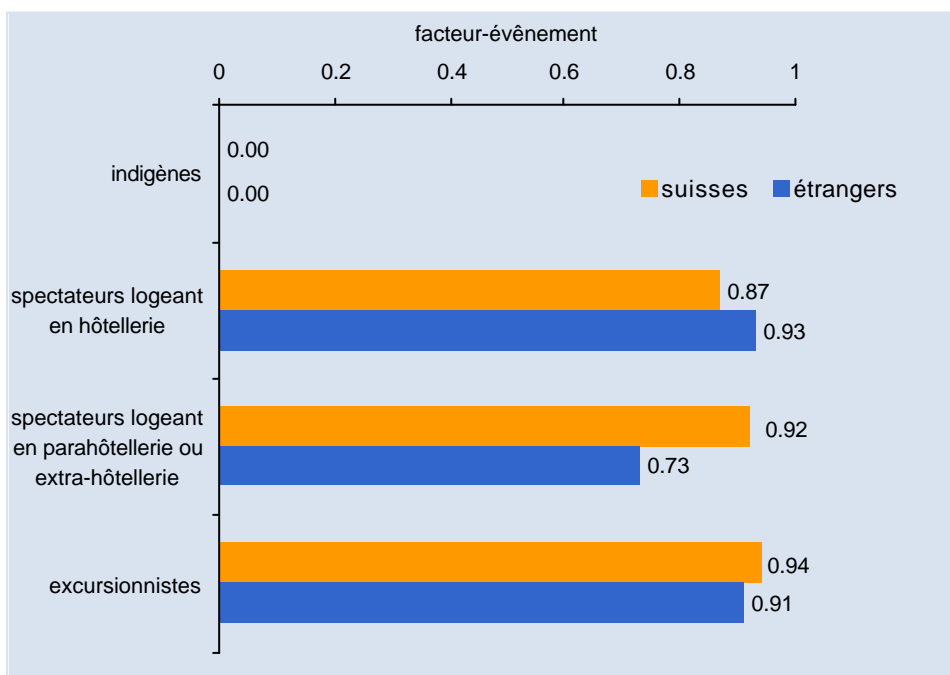
Illustration 14: Importance de la manifestation dans la décision de voyage, pour spectateurs provenant de l'extérieur de la région (en %)

facteur événement	pas décisif				décisif
	0.00	0.25	0.50	0.75	1.00
spectateurs logeant en hôtellerie					
- Suisses	11%	0%	11%	0%	78%
- Etrangers	0%	0%	0%	33%	67%
spectateurs logeant en parahôtellerie ou extra-hôtellerie					
- Suisses	0%	0%	13%	13%	75%
- Etrangers	33%	0%	0%	0%	67%
excursionnistes					
- Suisses	2%	0%	5%	7%	85%
- Etrangers	4%	4%	7%	0%	85%
total spectateurs	2%	0%	6%	7%	85%

Cumulé sur visiteurs suisses et étrangers, le facteur événementiel des excursionnistes s'élève à environ 85% ; celui des hôtes logés est d'environ 92%.

L'illustration 15 indique les facteurs-événementiels moyens pour les différentes catégories d'hôtes. De manière générale, on enregistre des valeurs relativement élevées ; on observe que le facteur-événementiel est plus élevé pour les hôtes étrangers logeant en hôtel, tandis que pour les excursionnistes et les spectateurs logeant en para- ou extrahôtellerie, les valeurs plus importantes peuvent être trouvées chez les visiteurs suisses.

Illustration 15: Importance d'Athletissima dans la décision de venir à Lausanne, par catégorie de visiteurs (facteur-événementiel)



« Crowding Out »

En rapprochant la capacité de lits de l'agglomération lausannoise et les nuitées engendrées par l'événement, on observe que l'effet «crowding-out » est quasi négligeable dans cette étude.

3.2 Impact économique direct d'Athletissima

Celui-ci se compose d'abord des effets engendrés par l'*organisateur* ainsi que par les entreprises présentes sur le site de la manifestation (*entreprises-événement*) (section 3.2.1). Il se fonde ensuite sur les *dépenses des personnes présentes à la manifestation* (section 3.2.2). Une partie de ces dépenses sont effectuées durant la manifestation et concernent donc les recettes ou chiffre d'affaires de l'organisateur ou des entreprises-événement. Les autres débours effectués par ces personnes, pendant leur séjour dans la région en dehors du site de la manifestation (toujours liées à la manifestation : cf. facteur-événementiel section 2.1), sont aussi appréhendés.

Le total des effets directs est commenté en section 3.2.3.

3.2.1 Effets économiques directs (organisateur et entreprises-événement)

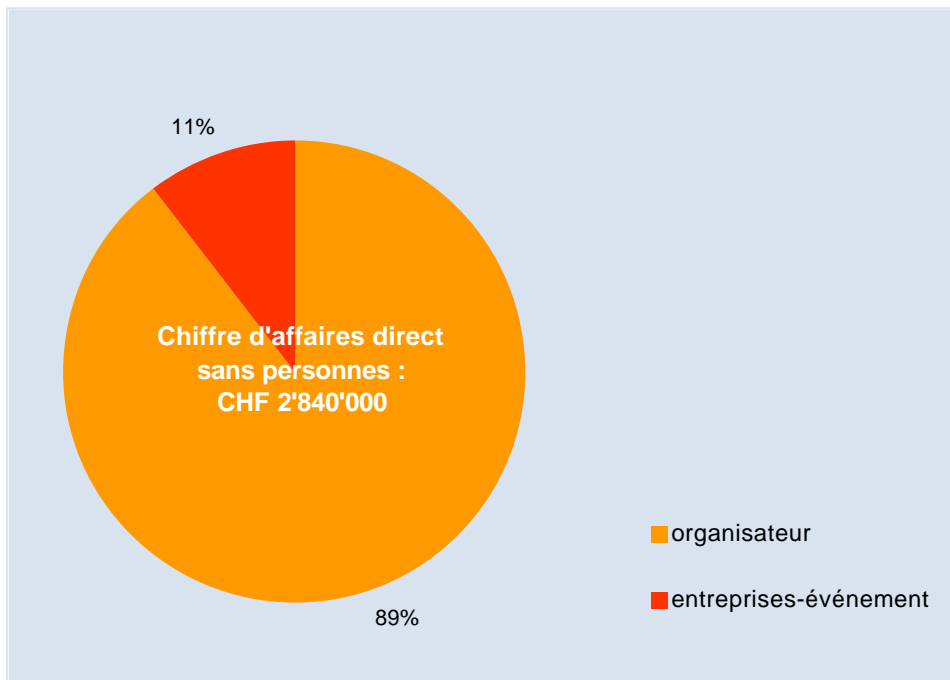
Lors d'Athletissima, l'organisateur ainsi que des entreprises présentes sur les sites de la manifestation par leur offre commerciale (nourriture, boissons, souvenirs, etc.) ont engendré des chiffres d'affaires directs avec de la création de valeur et des emplois.

Comme toutes les entreprises-événement ont leur siège dans la région, les valeurs pour la Suisse entière et la région - présentées dans cette section - sont les mêmes.

Chiffre d'affaires direct engendré par l'organisateur et les entreprises-événement

Au total le chiffre d'affaires réalisé à Athletissima s'élève à CHF 2'840'000 (illustration 16). Les 89%, ou CHF 2'540'000, sont imputables à l'organisateur; les 11%, ou CHF 300'000, reviennent aux entreprises-événement.

Illustration 16: Chiffre d'affaires engendré par l'organisateur et les entreprises participant à l'événement (sans les personnes) (en %)



Données pondérées par facteur-événementiel

Création de valeur directe engendrée par l'organisateur et les entreprises-événement

Il résulte des données ci-dessus une création de valeur brute négative directe engendrée par les organisateurs et entreprises-événement de CHF -85'000. Ceci provient du fait que les dépenses directes de la manifestation dépassent ses recettes lorsqu'on ne tient pas compte des subventions.

Emplois engendrés par l'organisateur et les entreprises participant à l'événement

Malgré les chiffres d'affaires importants, ils n'engendrent qu'un volume d'emploi supplémentaire minimale, correspondant seulement à environ deux emplois plein-temps. Ceci peut être expliqué par l'important travail bénévole et les services achetés à des tiers (consommation intermédiaire). Ces impacts seront présentés ultérieurement dans les effets indirects (cf. Section 3.3).

Organisateur et entreprises-événement génèrent en Suisse des salaires d'un montant de CHF 162'000.

3.2.2 Effets directs issus des flux de personnes

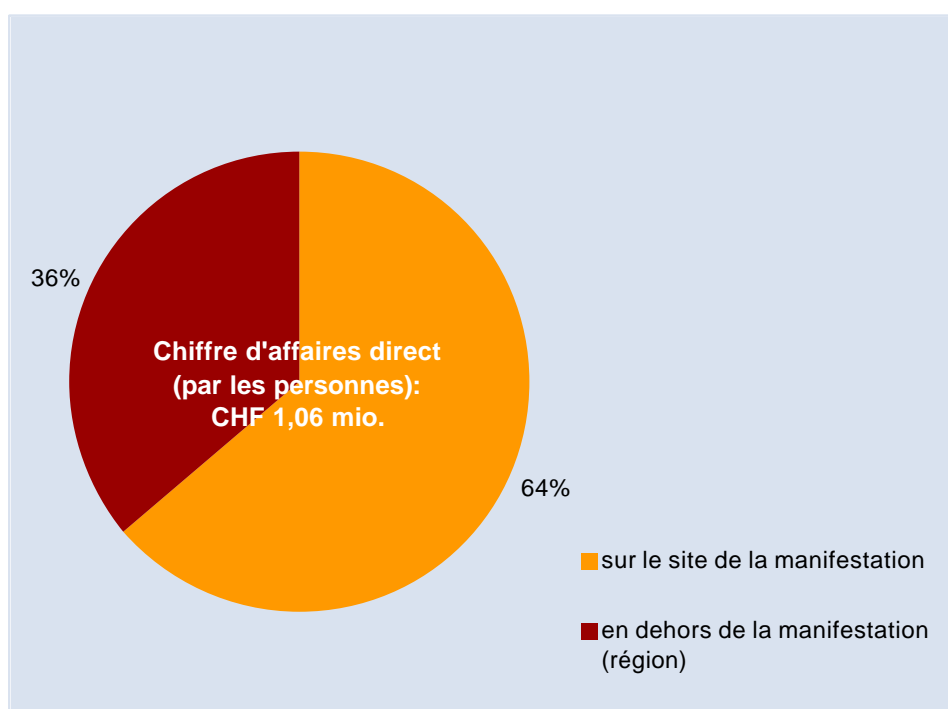
Les effets engendrés par les différents groupes de personnes *sur le site de la manifestation* et *dans l'agglomération lausannoise* sont décrits ci-après. Il s'agit ici du point de vue des personnes présentes à Athletissima (cf. Section 2.3 Méthodologie). La question centrale est: « *quel est le volume monétaire apporté à la région par les spectateurs, athlètes et encadrement, représentants des médias et bénévoles?* »

Les dépenses des personnes lors de la manifestation correspondent, comme déjà mentionné, aux recettes de l'organisateur et des entreprises sur le site de la manifestation (section 3.2.1).

Chiffre d'affaires engendré par les flux des personnes

Par les dépenses des personnes susmentionnées sur le site de la manifestation et en dehors du site, Athletissima génère un chiffre d'affaires de CHF 1'056'000 sur l'agglomération lausannoise (illustration 17)¹². Ces dépenses sont issues à raison de 64% (CHF 670'000) directement de la manifestation et à raison de 36% (CHF 380'000) de dépenses effectuées dans les commerces, hôtels et restaurants de la région. Il faut remarquer que ces valeurs sont déjà pondérées par le facteur-événementiel et peuvent par conséquent être entièrement attribuées à la manifestation (cf. section 3.1).

Illustration 17: Chiffre d'affaires engendré par les flux des personnes dans l'agglomération lausannoise par lieu de dépense (en %)

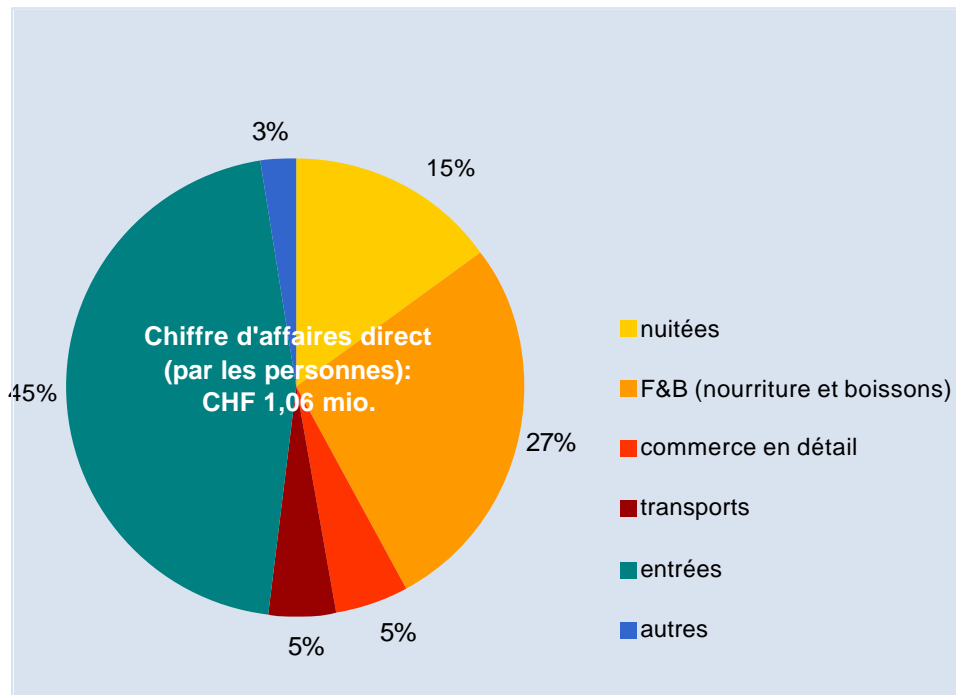


Personnes: spectateurs, athlètes, encadrement athlètes, représentants médias, bénévoles. Données pondérées par facteur-événementiel. * seulement dépenses dans la région.

Lorsqu'on répartit les flux de dépenses des personnes par catégorie, on enregistre un montant de CHF 160'000 pour les nuitées (15%) et de CHF 284'000 (27%) pour la nourriture et les boissons. Ainsi, presque la moitié de la consommation intéresse l'hôtellerie et la restauration (illustration 18), une grande partie des dépenses en boissons et nourritures étant opérées directement sur le site. Des montants sensiblement voisins (45% ou CHF 480'000) ont été majoritairement consentis pour les entrées à la manifestation. Les commerces de détail et les entreprises de transport bénéficient tous deux de 5% (environ CHF 50'000) des dépenses provoquées par les flux des personnes.

¹² Le total des dépenses comprend les dépenses à la manifestation ainsi que les dépenses dans la région qui peuvent être considérées comme un effet direct de la manifestation.

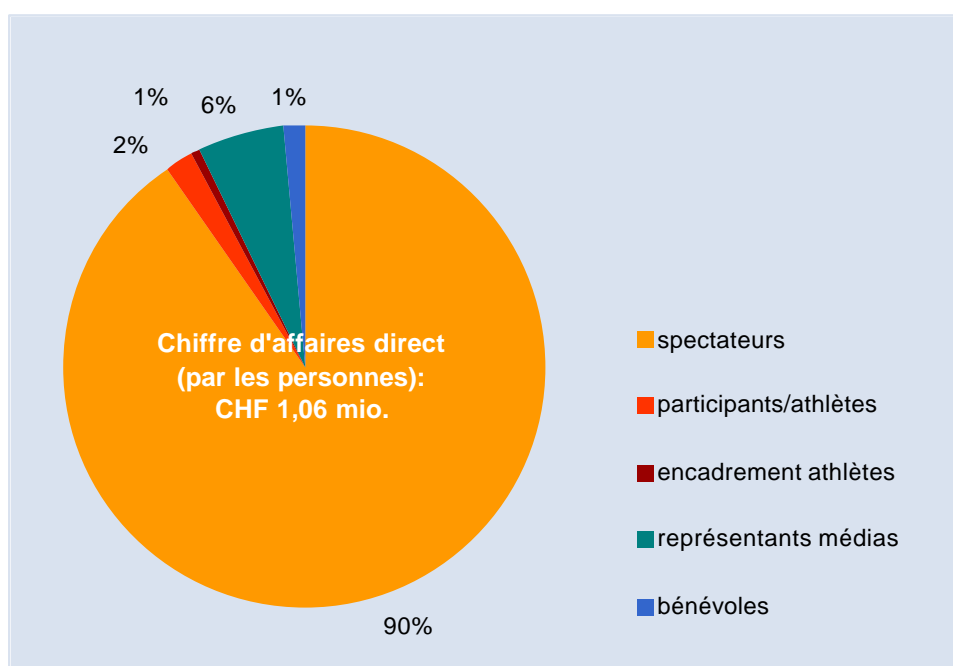
Illustration 18: Chiffre d'affaires engendré par les flux de personnes à Lausanne par catégorie de dépenses (en %)



Personnes: spectateurs, athlètes, encadrement athlètes, représentants médias, bénévoles. données pondérées par facteur-événementiel.

L'illustration 19 présente le chiffre d'affaires généré par les différents groupes de personnes. Pour la grande majorité (90% ou CHF 950'000) ces dépenses proviennent des spectateurs, les représentants des médias étant responsables de 6% des dépenses, ou CHF 60'000. La consommation des athlètes et de leur encadrement dans la région représente CHF 28'000. La moitié de ce montant, soit CHF 14'000 ou 1% des dépenses, concerne enfin les bénévoles.

Illustration 19: Chiffre d'affaires engendré par les flux de personnes à Lausanne par catégorie de personnes (en %)



Personnes: spectateurs, athlètes, encadrement athlètes, représentants médias, bénévoles. données pondérées par facteur-événementiel.

Les Suisses participent à raison de 84% à ces dépenses, les hôtes provenant de l'étranger à 16%. Ces derniers contribuent par conséquent à un apport positif à la balance des paiements de la Suisse (cf. section 3.4.5). La dépense moyenne d'un visiteur étranger (\varnothing CHF 93) est 1,5 fois plus élevée que celle des Suisses (\varnothing CHF 61). Ceci peut avant tout être expliqué par le fait que les hôtes étrangers restent fréquemment plus qu'une seule soirée dans la région et induisent ainsi davantage de nuitées à l'hôtel, ou alors visitent la ville en effectuant des dépenses supplémentaires.

Dépenses par personne

Des comparaisons intéressantes apparaissent lorsqu'on analyse les dépenses par personne des différentes catégories observées. Il faut ici tenir compte du fait que la durée du séjour dans la région varie pour ces différentes catégories. Aussi ces dépenses sont-elles pondérées par le facteur-événementiel et peuvent donc effectivement être imputées à Athletissima.

Comme présenté sous illustration 20, ce montant varie fortement selon les différentes catégories : les visiteurs dépensent en moyenne CHF 64 dans la région en raison de la manifestation.

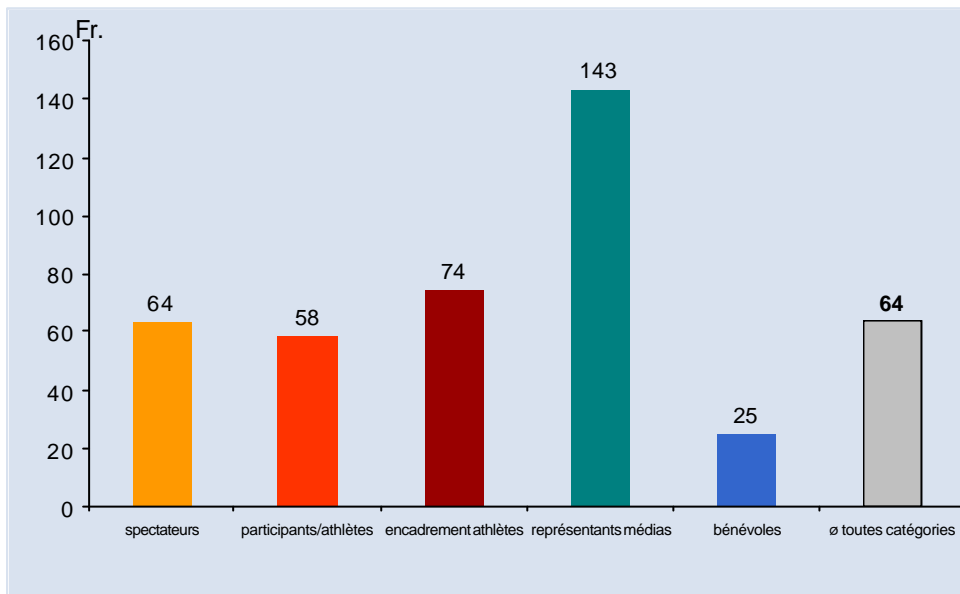
Les athlètes (dépense moyenne CHF 58) et leur équipes (CHF 74) n'ont en principe pas ou peu de dépenses dans la région, car pratiquement tous leurs frais sont pris en charge par l'organisateur et leurs dépenses se tournent essentiellement vers la restauration et le commerce de détail. Ces acteurs de la manifestation sont présents dans la région entre deux et trois jours au maximum.

Par ailleurs, comme environ deux-tiers des représentants des médias logent à l'hôtel et influent sur le facteur-événementiel (plus élevé), il est défendable d'affirmer qu'avec en moyenne CHF 143, c'est la catégorie de personnes qui engendre en moyenne les plus grandes dépenses. Ceci s'explique aussi par le fait

qu'à la différence des athlètes et leurs équipes, c'est à eux-mêmes (ou à leur employeur) qu'incombe le choix et le règlement du logement.

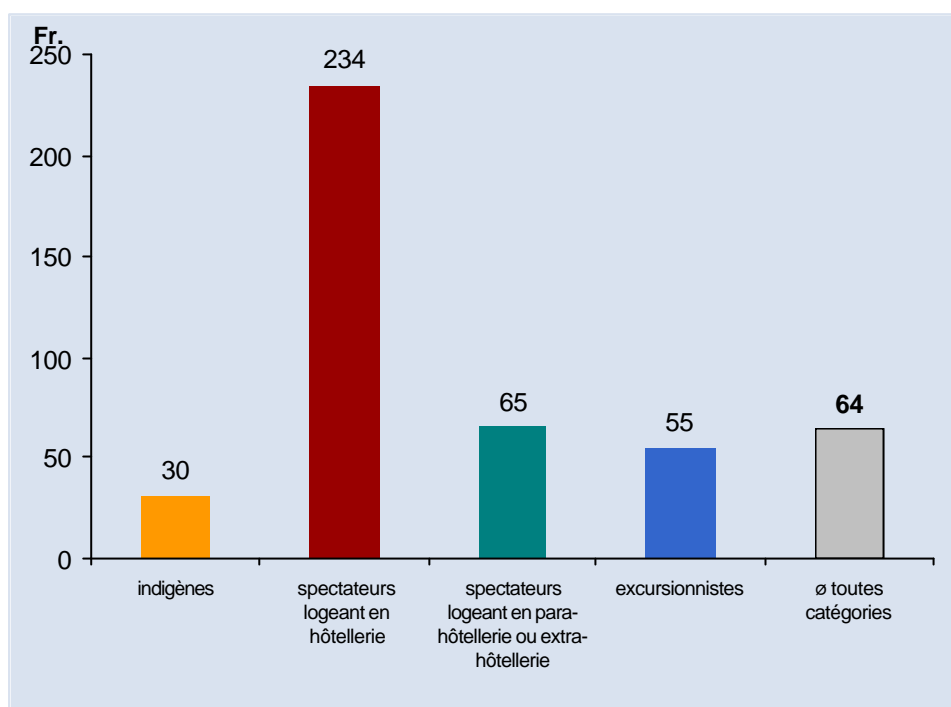
Enfin, la plupart des bénévoles étant des indigènes, les dépenses qui leur sont attribuées le sont essentiellement sur le site de la manifestation (CHF 25).

Illustration 20: Dépenses totales* par personne selon les groupes de personnes



* Dépenses pour la durée de séjour entière ; données pondérées par facteur-événementiel.

L'illustration 21 présente les dépenses par personne selon les différentes catégories de personnes. Les dépenses des indigènes ne contiennent que celles qui ont été effectuées sur le site de la manifestation. Les quelque 1'000 spectateurs, athlètes, représentants des médias et autres hôtes d'établissements hôteliers ont dépensé en moyenne CHF 234 pour leur séjour. Les visiteurs ayant logés en parou ou extrahôtellerie dépensent en moyenne CHF 65. Les quelque 11'000 excursionnistes ont chacun généré quelque CHF 55 de dépenses dans la région.

Illustration 21: Dépenses totales* par personne selon catégorie d'hôtes

Personnes: spectateurs, athlètes, encadrement athlètes, représentants médias, bénévoles ; données pondérées par facteur-événementiel. * dépenses pendant tout le séjour dans la région.

Les dépenses totales¹³ des visiteurs logeant en hôtel sont donc substantiellement plus élevées que celles des visiteurs logeant ailleurs. Ceci s'explique par un facteur-événementiel plus élevé. Pour les gens qui, par exemple, visitent leur famille ou des amis, l'événement était moins décisif pour leur venue dans la région.

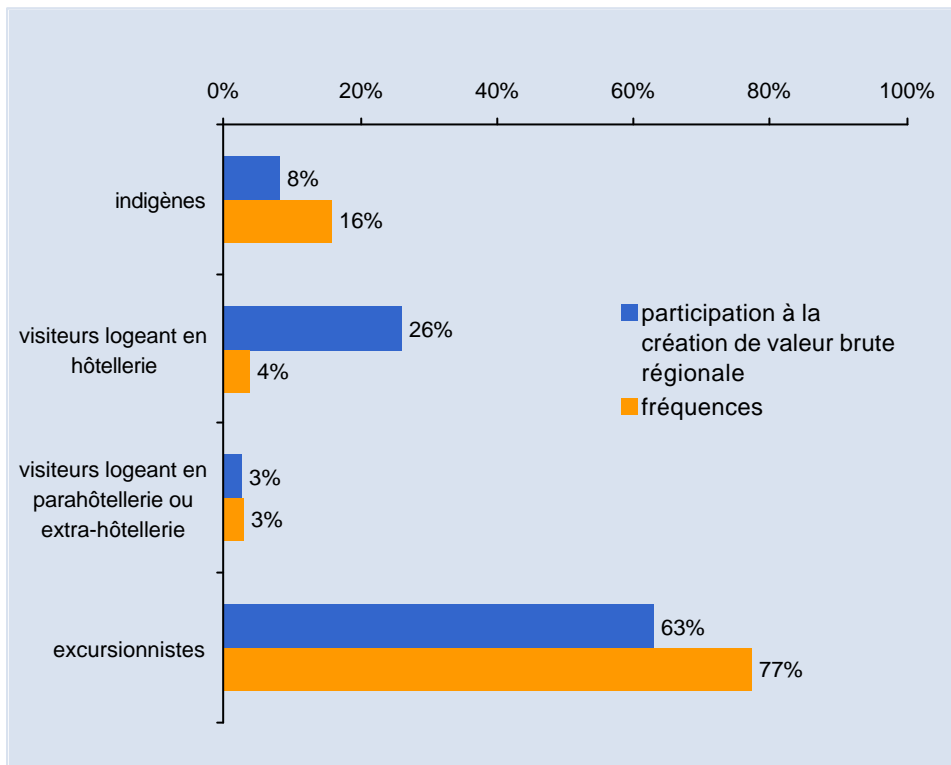
Création de valeur engendrée par les personnes

Les personnes présentes à Athletissima ont engendré une création de valeur brute d'environ CHF 540'000 dans l'agglomération lausannoise ; répartie à raison de CHF 355'000 (66%) directement imputés à la manifestation et CHF 185'000 (34%) en dehors de la manifestation.

La participation à la création de valeur des visiteurs logeant en hôtellerie est, comparé à la proportion qu'ils représentent dans l'effectif des visiteurs, très élevée: avec une fréquence de seulement 4%, ils sont la source de 26% de création de valeur brute. La situation est inverse pour les indigènes et excursionnistes qui engendrent une création de valeur modeste comparé à leurs fréquences.

¹³ Comme les dépenses moyennes sont pondérées par le facteur-événementiel, les valeurs mentionnées correspondent au total des dépenses des visiteurs dans la mesure où ils sont venus dans la région pour l'événement. Les dépenses moyennes de la plupart de visiteurs sont sensiblement plus élevées ; seules les dépenses engendrées par la manifestation sont prises en compte.

Illustration 22: Comparaison entre fréquences et participation à la création de valeur brute des différentes catégories de visiteurs (en %)



Personnes: spectateurs, athlètes, encadrement athlètes, représentants médias, bénévoles ; données pondérées par facteur-événementiel

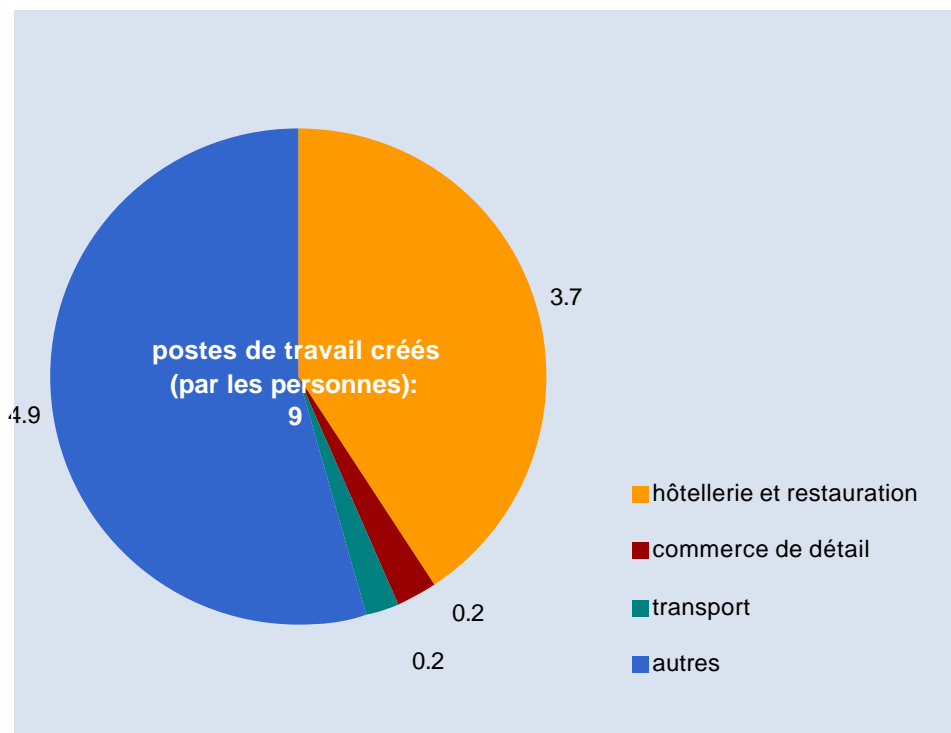
En moyenne, on constate que les dépenses moyennes par personne s'élèvent à CHF 64 ; ceci correspond à une création de valeur directe de CHF 33 par personne.

Nombre d'emplois engendrés par le flux de personnes lors de la manifestation

Celles-ci induisent un volume d'emploi qui correspondrait à neuf emplois à 100% sur l'année. L'illustration 23 montre la répartition de ces postes par catégorie de dépenses : le volume d'emploi engendré n'induit cependant pas effectivement la création de ces postes.¹⁴

¹⁴ Cf. Section 2.1

Illustration 23: Volume d'emplois engendré par la fréquentation de l'événement, par secteur de dépenses

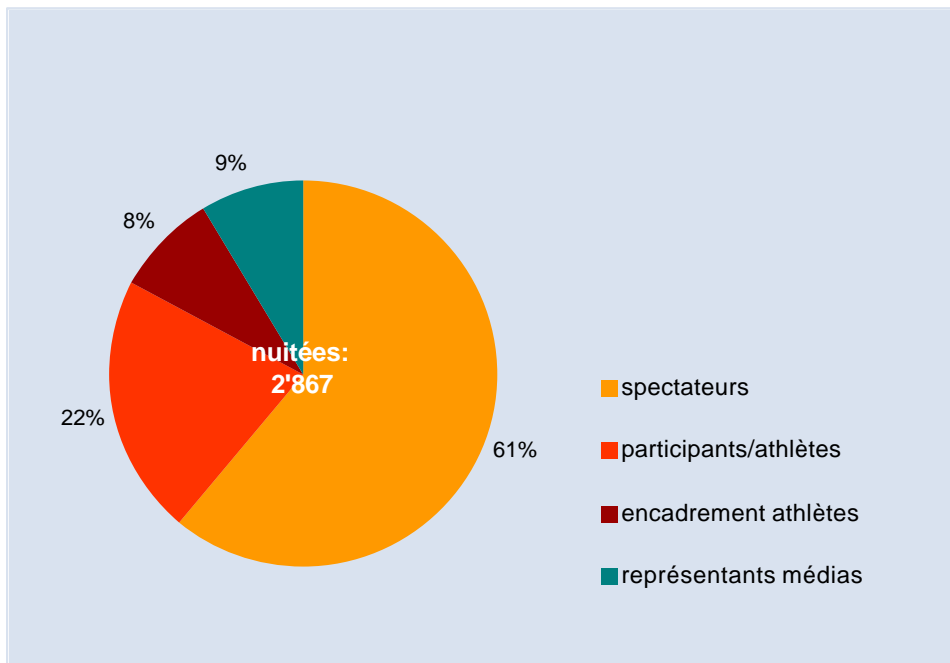


Personnes: spectateurs, athlètes, encadrement athlètes, représentants médias, bénévoles

Nuitées

Athletissima 2001 a généré approximativement 2'900 nuitées touristiques. Avec 1'750 nuitées, ce sont en premier lieu les spectateurs qui engendrent le 61% de celles-ci. Suivent ensuite les équipes et athlètes avec 860 nuitées, ou 30% du total. Ceci s'explique surtout par le fait que cette catégorie de personnes loge pratiquement à 100 % à l'hôtel. Les représentants des médias induisent quant à eux environ 250 nuitées, soit le 9% du total.

Illustration 24: Nuitées engendrées par Athletissima dans la région de Lausanne, par catégories de personnes (en %).



Personnes: spectateurs, athlètes, encadrement athlètes, représentants médias, bénévoles ; données pondérées par facteur-événementiel

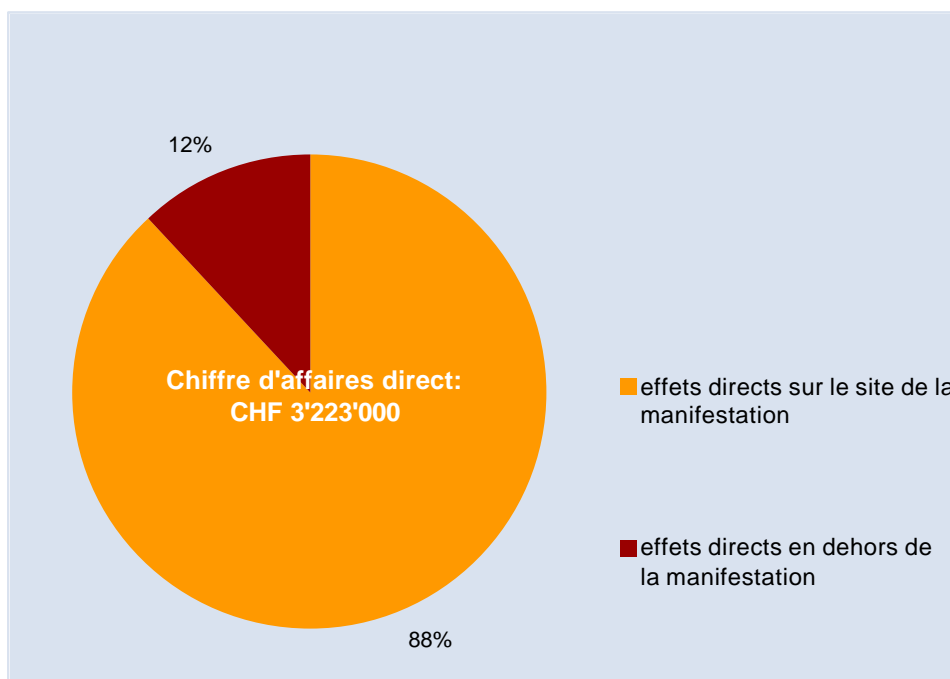
3.2.3 Total des effets économiques directs d'Athletissima

Comme toutes les entreprises-événement ont leur siège dans l'agglomération lausannoise, les valeurs pour la Suisse entière et pour la région sont identiques.

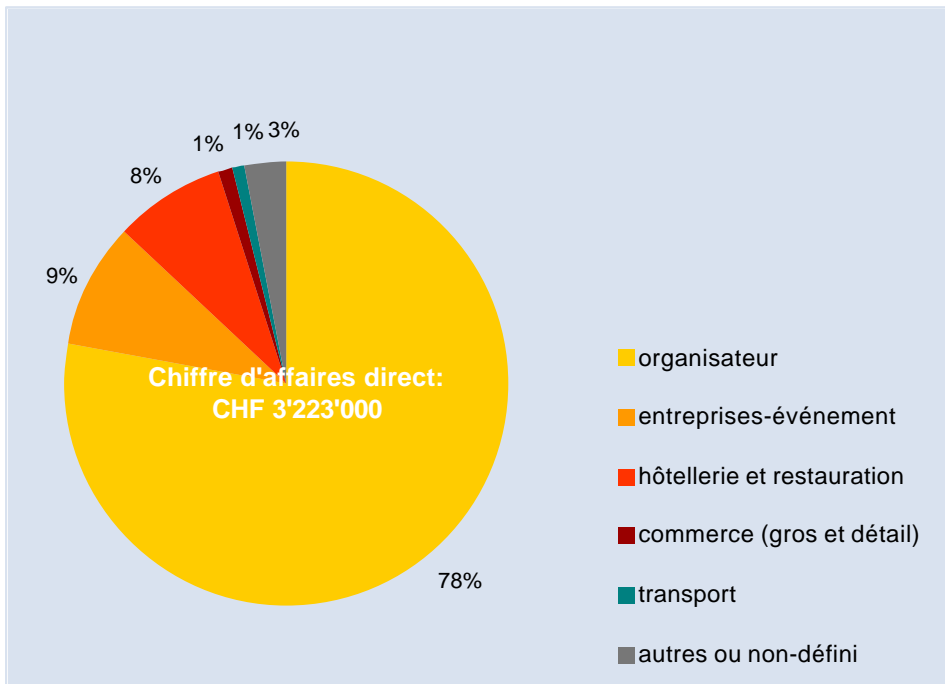
Total du chiffre d'affaires direct

Les effets économiques directs d'Athletissima représentent un chiffre d'affaires de CHF 3,22 mio. Les 88% de ce montant, ou CHF 2,8 mio, sont générés *par et sur le site même de la manifestation* contre CHF 380'000 (12%) *en dehors de la manifestation* (illustration 25)

Illustration 25: Chiffre d'affaires direct, l'intérieur et à l'extérieur de la manifestation (en %)



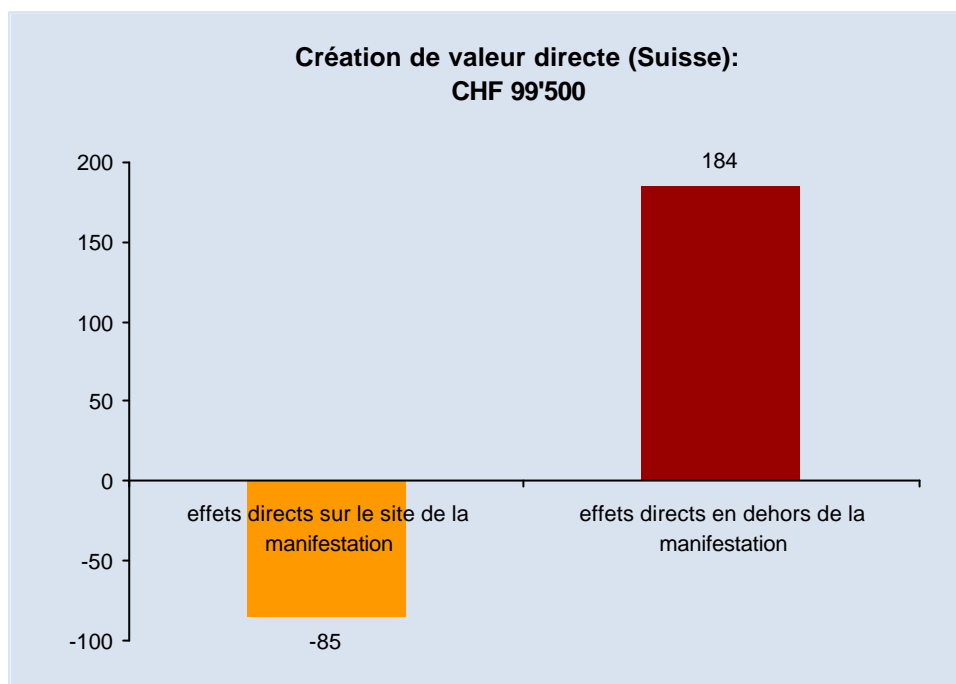
Le 78% des chiffres d'affaires directs reviennent à l'organisateur et représentent quelque CHF 2,5 mios. Suivent les entreprises-événement qui profitent de CHF 300'000 ou 9% des recettes, puis l'hôtellerie et la restauration avec 8% (CHF 263'000). Les entreprises de transport et le commerce profitent respectivement d'environ CHF 30'000 et CHF 35'000 (illustration 26).

Illustration 26: Chiffre d'affaires direct par secteur (en %)

Création de valeur directe

L'illustration 27 présente la création de valeur brute d'Athletissima selon la localisation des effets (site ou hors site). Pour la manifestation même, la création de valeur est négative, c'est à dire que sans les subventions étatiques, l'organisation aurait enregistré un déficit de CHF 115'000.- (en ajoutant la création de valeur des entreprises événement, ce chiffre remonte à CHF -85'000). Toutefois les effets directs en dehors de la manifestation rééquilibrent totalement la situation puisque la création de valeur directe s'élève finalement à environ CHF 100'000.

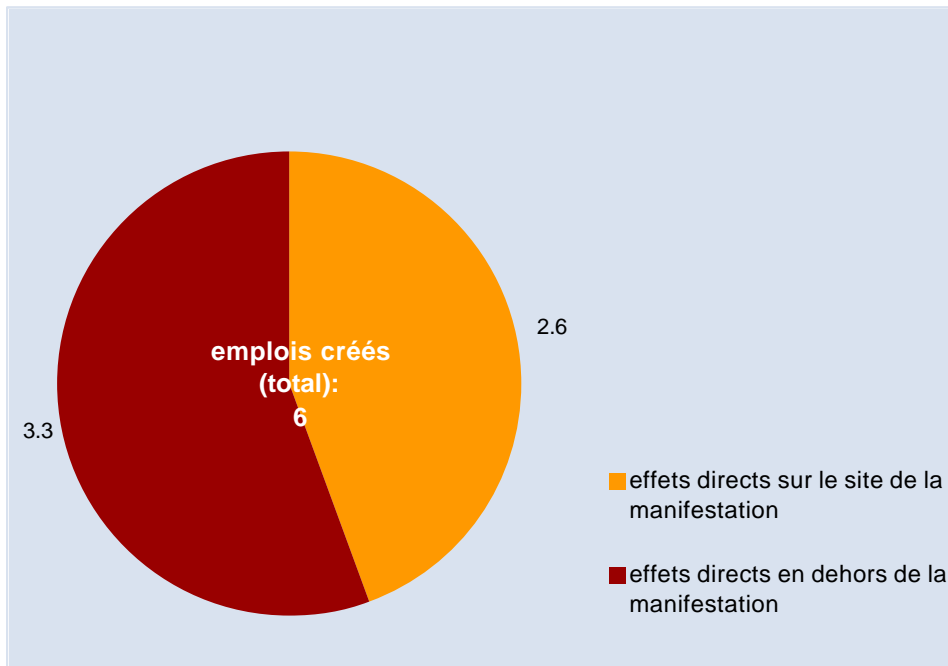
Illustration 27: Total de la création de valeur brute directe à et en dehors de la manifestation



Occupation totale créée

Les effets directs d'Athletissima engendrent un volume d'occupation correspondant à six emplois à plein temps. Les effets agissent surtout en dehors de la manifestation où 3,3 emplois "fictifs" sont créés, par rapport à 2,6 emplois sur le site de la manifestation.¹⁵

¹⁵ Les explications de la section 2.1 sont à prendre en considération pour toutes les indications relatives à l'emploi.

Illustration 28: Volume d'emplois engendré par la manifestation

3.3 Effets économiques indirects d'Athletissima

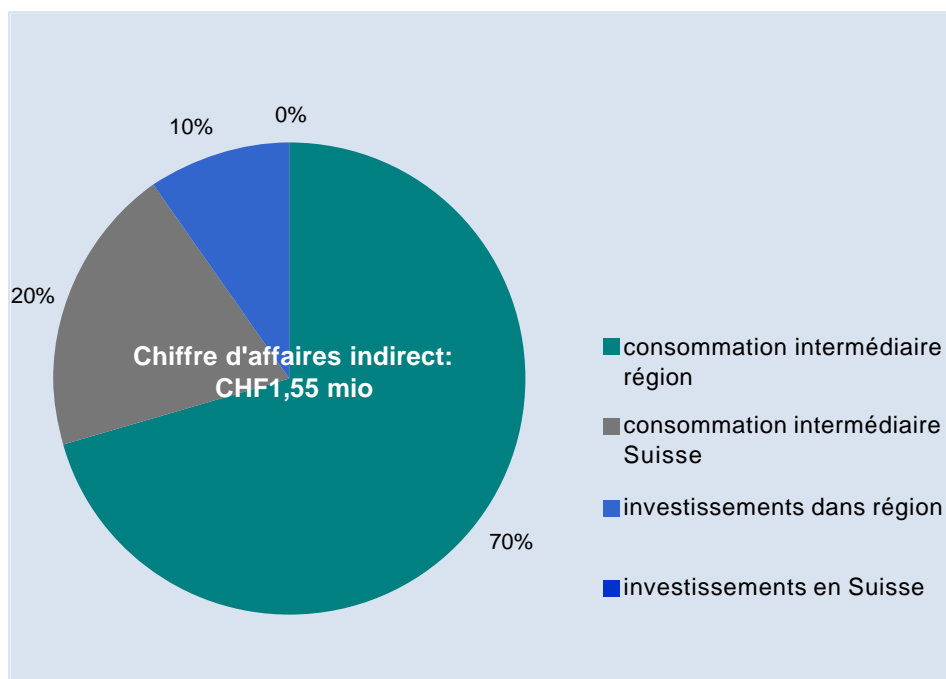
Les *effets économiques indirects* considérés représentent la *consommation intermédiaire* et les *investissements* des *organisateur*s de l'événement ainsi que des *entreprises-événement*.

Chiffre d'affaires indirect

Le chiffre d'affaires engendré par les investissements et la consommation intermédiaire s'élève pour la Suisse entière à CHF 1,55 mio. Ce chiffre provient à 90% de la consommation intermédiaire des organisateurs et entreprises-événement. La majeure partie (CHF 1 mio) de cette CI est achetée dans la région (illustration 29).

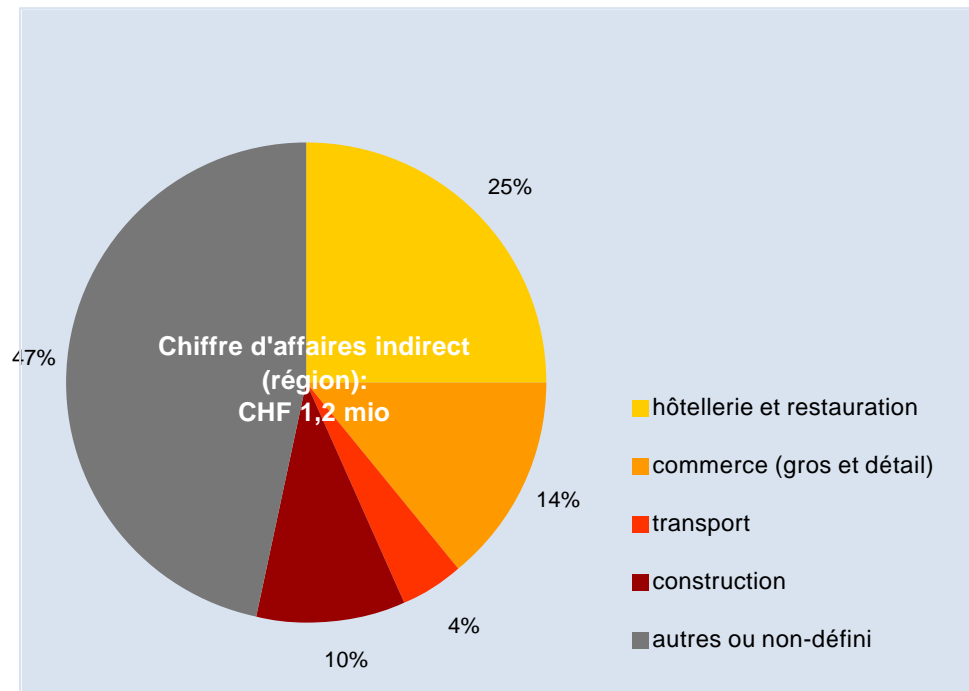
Les effets indirects induits grâce aux investissements atteignent environ CHF 150'000 ; ils intéressent à 100% la région.

Illustration 29: Chiffre d'affaires indirect engendré en Suisse par l'organisateur et les entreprises-événement, selon le lieu des dépenses (en %)



A l'occasion d'Athletissima, un chiffre d'affaires supplémentaire de CHF 1,2 mio est enregistré sur Lausanne et sa région. 25% reviennent au secteur de l'hôtellerie et la restauration - ce qui équivaut à un montant de CHF 310'000 - et CHF 174'000 (14%) concernent le commerce de détail. La construction profite de 10% des recettes, soit de CHF 125'000. Des consommations intermédiaires et investissements de l'ordre de CHF 575'000 (47%) ont été calculés, sans indication de branche spécifique ou alors pour un secteur non proposé dans le graphique (illustration 30).

Illustration 30: Chiffre d'affaires indirect engendré à Lausanne par l'organisateur et les entreprises-événement selon secteurs (en %)



Création de valeur indirecte

La création de valeur brute générée en Suisse par le chiffre d'affaires indirect de l'événement s'élève à CHF 790'000. Elle est répartie entre investissements et consommation intermédiaire.

Le 78% (CHF 615'000) de cette création de valeur a sa source dans l'agglomération ; là encore, la répartition par branches équivaut à celle des chiffres d'affaires (cf. illustration 30).

Création indirecte d'emplois

Par ces effets indirects, 10 emplois à plein temps virtuels sont créés. Les trois-quarts de ces emplois sont créés dans la région de Lausanne grâce à la consommation intermédiaire.¹⁶

3.4 Total des effets économiques d'Athletissima

Les effets économiques globaux d'Athletissima sont présentés ci-dessous. Ils se composent des *effets économiques directs* (cf. Section 3.2.3) et des *effets indirects par investissements et consommation intermédiaire* (cf. section 3.3).

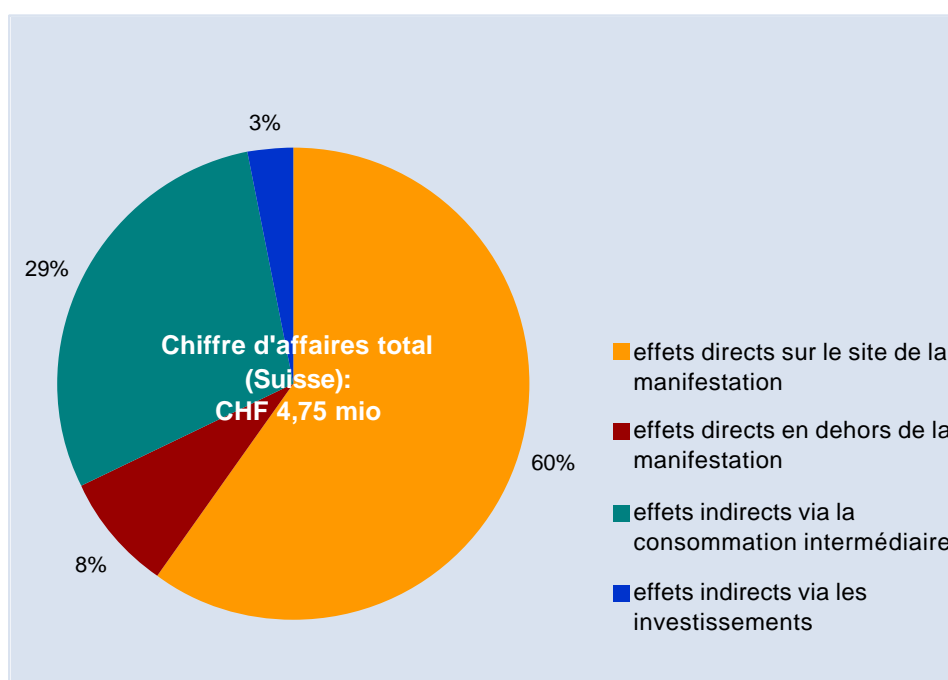
¹⁶ Les explications de la section 2.1 sont à prendre en considération pour toutes les indications relatives à l'emploi.

3.4.1 Recettes totales, création de valeur et d'emplois (directe + indirecte) en Suisse

Chiffre d'affaires engendré en Suisse

Les effets directs et indirects d'Athletissima génèrent en Suisse un chiffre d'affaires total de CHF 4,8 mio. (illustration 31) dont CHF 3,2 mio constituent la résultante des effets directs (68%) et CHF 1,5 mio des effets indirects (32%). L'analyse détaillée des différentes composantes démontre que les effets directs sur le site de la manifestation engendrent le 60% de ces recettes et les effets directs hors site 8%. Dans les effets indirects, la consommation intermédiaire génère 29% du total du chiffre d'affaires alors que les investissements représentent le poste le plus petit avec 3% seulement.

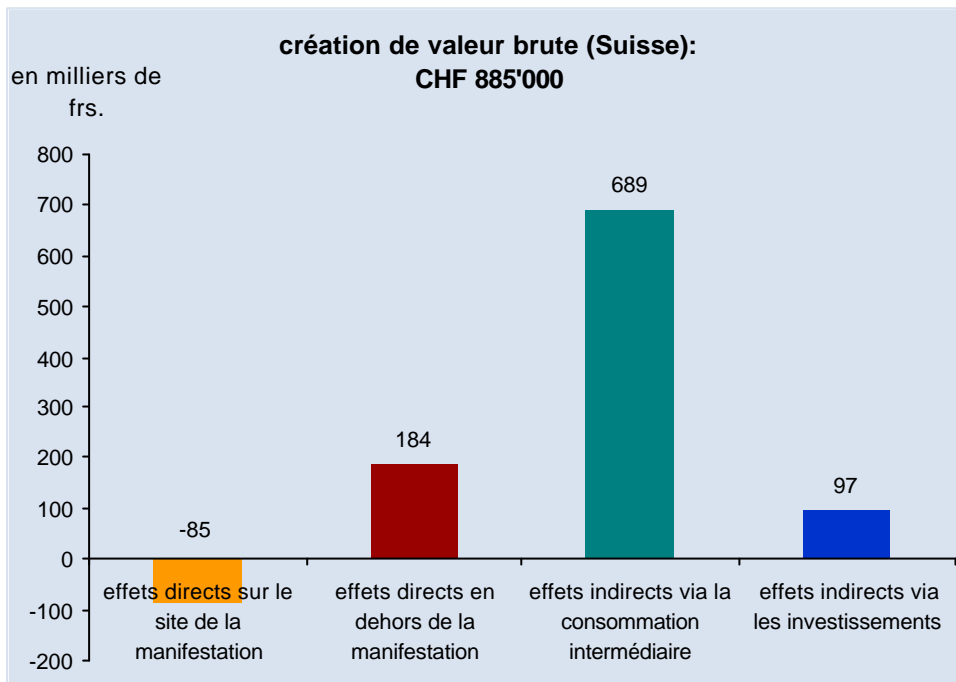
Illustration 31: Chiffre d'affaires total engendré en Suisse par Athletissima selon les différents effets (en %)



Création de valeur totale en Suisse

En terme de création de valeur, la situation se présente de manière un peu différente. Comme présenté antérieurement, les effets directs produisent ensemble une création de valeur de CHF 100'000. Les effets indirects amplifient ce chiffre de manière sensible. La consommation intermédiaire induite par Athletissima crée une valeur de CHF 689'000 et les investissements de CHF 97'000. C'est donc finalement un montant de CHF 885'000 que l'on peut avancer en matière de création de valeur totale.

Illustration 32: Création de valeur brute engendrée en Suisse par Athletissima selon les différents effets économiques



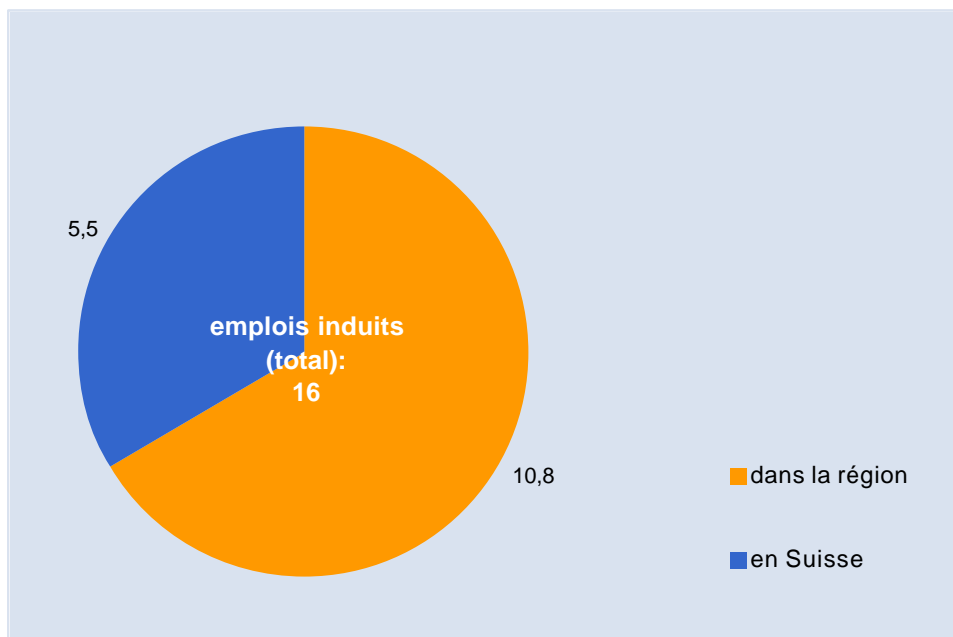
Une analyse de la répartition par secteur suivra dans la section 3.4.2 (effets sur l'agglomération lausannoise).

Total des emplois créés en Suisse

Athletissima génère un volume d'emplois correspondant à 16 emplois plein temps¹⁷. Approximativement deux-tiers de ce volume (11 emplois) concernent l'agglomération lausannoise et un tiers (5 emplois) le reste de la Suisse. Une analyse des secteurs où ces emplois sont créés suivra également dans la prochaine section.

¹⁷ Les explications de la section 2.1 sont à prendre en considération pour toutes les indications relatives à l'emploi.

Illustration 33: Total du volume d'emplois engendrés par Athletissima dans la région et dans le reste de la Suisse



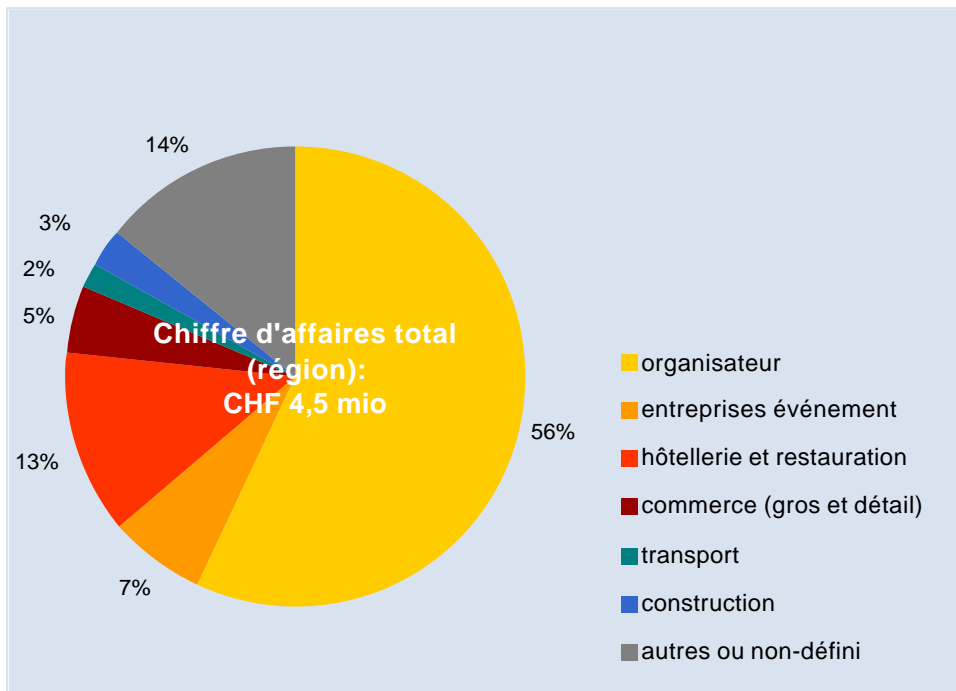
3.4.2 Recettes totales, création de valeur et d'emplois (directe + indirecte) dans la région de Lausanne

Chiffre d'affaires total dans l'agglomération lausannoise

Le 94% (CHF 4,5 mio.) des chiffres d'affaires générés le sont sur Lausanne et sa région. Ils proviennent de effets directs et indirects et ce, de manière analogue aux effets enregistrés pour la Suisse entière (cf. section 3.4.1).

L'illustration 34 souligne la répartition du chiffre d'affaires entre les différentes branches économiques de la région étudiée. Ce sont avant tout les organisateurs et le secteur de l'hôtellerie et la restauration qui profitent de ces effets avec respectivement 56% (CHF 2,5 mio) et 13% (CHF 575'000) des recettes. Puis avec CHF 300'000 (7%) viennent les entreprises-événement qui précèdent le commerce de détail (CHF 210'000, 5%). Les services de transport et le secteur des constructions profitent respectivement de 2% et de 3% des recettes correspondant à CHF 80'000 et CHF 125'000. Le 14% du chiffre d'affaires effectué dans la région trouve son origine dans des secteurs sans spécification au niveau de la présente étude.

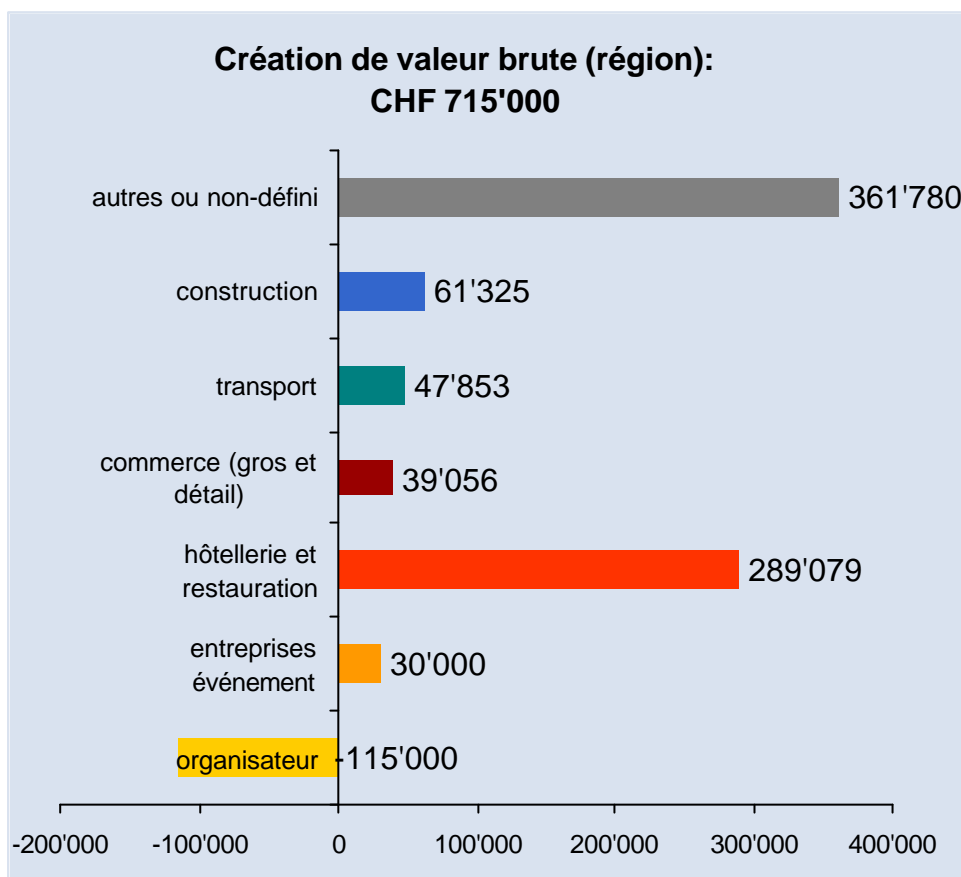
Illustration 34: Chiffre d'affaires généré par Athletissima dans l'agglomération lausannoise, par branche (en %)



Total de la création de valeur engendrée dans la région

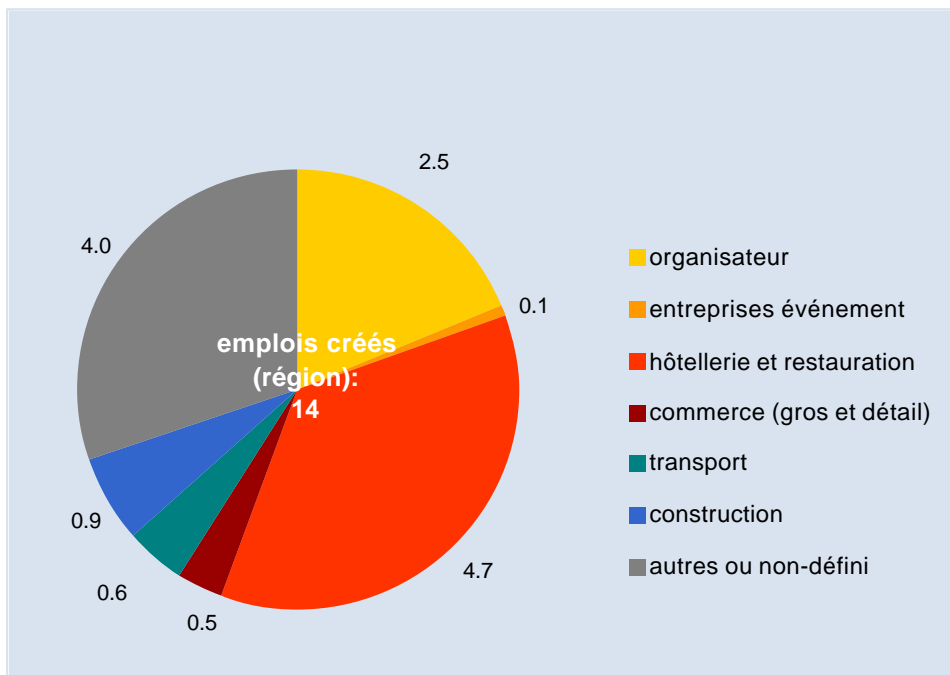
Sur Lausanne et sa région, Athletissima engendre une création de valeur de l'ordre de CHF 715'000 (illustration 35).

Cette création de valeur est impartie avant tout au secteur de l'hôtellerie et la restauration. Viennent ensuite beaucoup plus loin le transport, la construction, le commerce et les entreprises-événement.

Illustration 35: Total de création de valeur engendrée dans la région**Total des emplois créés dans la région**

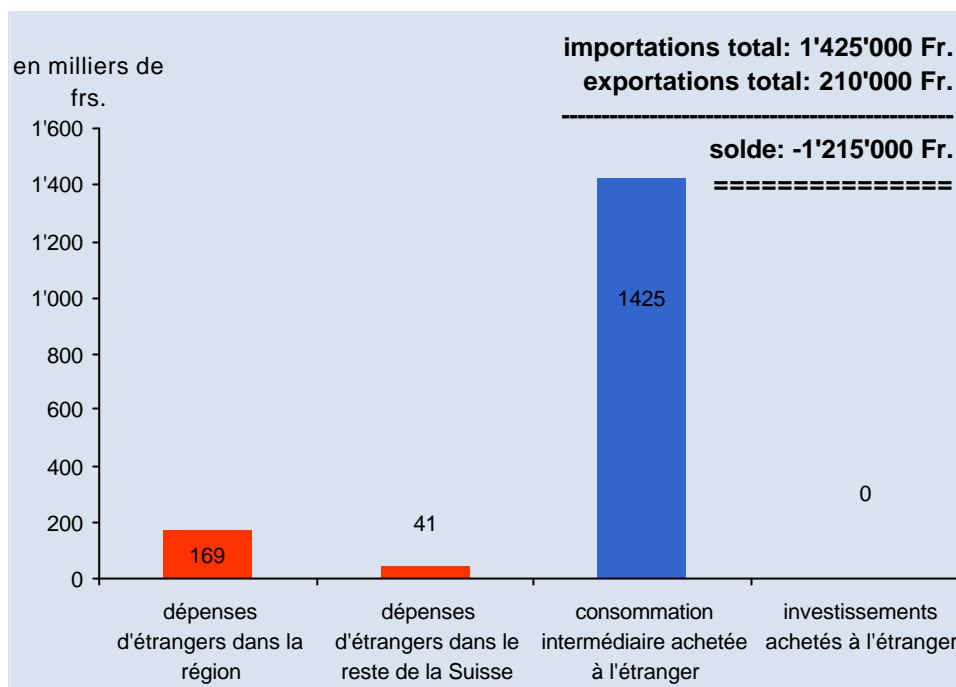
L'effet emplois auprès d'entreprises de la région correspond à 14 emplois créés.¹⁸ Près de 35% de ces emplois le sont dans le secteur de l'hôtellerie et la restauration (entreprises-événement compris, càd aussi les services de restauration proposés à la manifestation). On a calculé deux emplois et demi créés par l'organisation directe, un dans la construction, et enfin un demi emploi dans le commerce et/ou pour les entreprises de transports. Les emplois restants n'ont pas pu être identifiés.

¹⁸ Les explications de la section 2.1 sont à prendre en considération pour toutes les indications relatives à l'emploi.

Illustration 36: Occupation totale induite dans la région

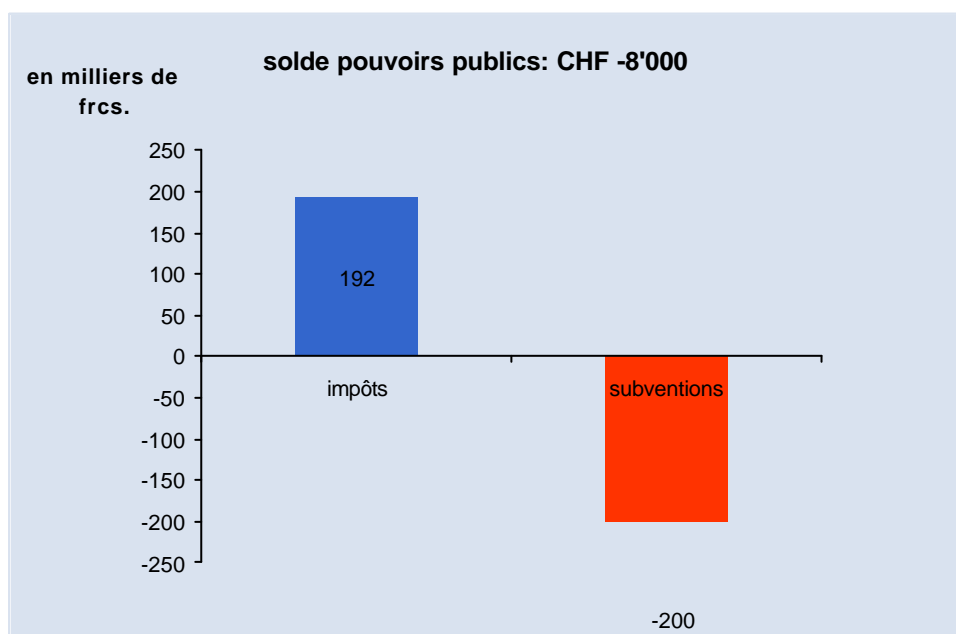
3.4.3 Balance des paiements

Les personnes domiciliées à l'étranger et présentes à Athletissima dépensent en Suisse approximativement CHF 210'000. La grande majorité de ces dépenses est effectuée dans l'agglomération lausannoise. Ces dépenses peuvent être considérées sur le plan macro-économique comme exportations invisibles. En outre, l'organisateur indemnise les athlètes étrangers à concurrence d'un montant de CHF 1'425'000. Cette somme peut être qualifiée d'importation, dans le sens qu'elle induit un flux d'argent négatif (de la Suisse vers l'étranger). Athletissima engendre ainsi à l'échelon du pays des dépenses d'environ CHF 1,2 mio (illustration 37).

Illustration 37: Effets d'Athletissima sur la balance des paiements de la Suisse

3.4.4 Pouvoirs publics

En 2001, les subventions étatiques en faveur d'Athletissima se sont élevées à CHF 200'000. En revanche, l'Etat profite directement de la manifestation par le biais de recettes fiscales d'une valeur de CHF 192'000.

Illustration 38: Effets économiques d'Athletissima pour les pouvoirs publics

Ce montant comprend les recettes en impôts provenant de l'organisateur et des entreprises-événement. Ne sont pas pris en considération les impôts issus des recettes générées par la manifestation ainsi que des effets à long terme induits par

un effet image positif (cf. section 3.7) Le montant des impôts provient de l'impôt à la source récolté sur les cachets payés aux athlètes ainsi que de la TVA collectée par l'organisation et les entreprises-événement.

3.4.5 Prestations non monétarisées

Bénévolat et prestations en nature non facturées

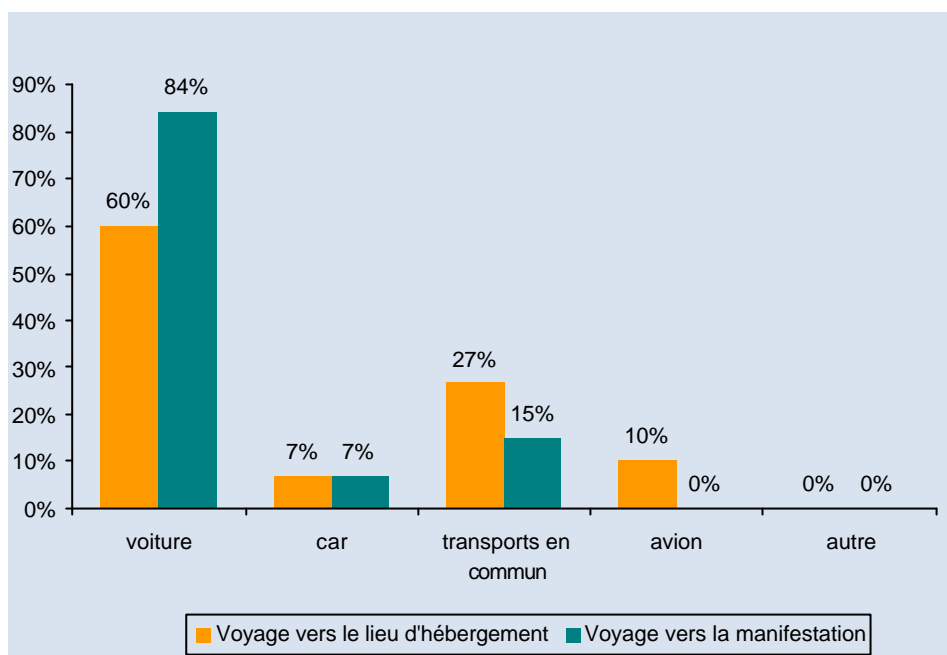
Environ 600 bénévoles ont oeuvré lors d'Athletissima pendant quelque 6'000 heures. Quant au comité d'organisation, il se réunit et travaille tout au long de l'année afin de mettre sur pied l'événement.

La valeur marchande des autres prestations en nature non facturées s'élève à CHF 90'000. Elle provient essentiellement de l'hôtellerie, des services des installations et de voiries.

3.5 Domaine écologique

3.5.1 Circulation

Afin d'analyser le voyage aller/retour vers la manifestation, le groupe de travail a choisi de distinguer deux déplacements: d'abord l'hôte se rend vers son lieu d'hébergement, par exemple un hôtel à Lausanne, et de celui-ci ensuite à la manifestation. Ce choix a été fait eu égard à la forte probabilité que l'hôte venu en voiture privée à Lausanne utilise ensuite les transports en commun pour se rendre au Stade. C'est pour cette raison également que les sommes des valeurs de l'illustration ci-après peuvent excéder les 100%. On observe en effet que la voiture est le moyen de transport prépondérant afin de se rendre à la manifestation, avant même le transport en commun. A noter que ce sont essentiellement les athlètes et leurs équipes qui utilisent l'avion (puis le taxi, la voiture de location ou les transports en commun) afin de se rendre à Lausanne.

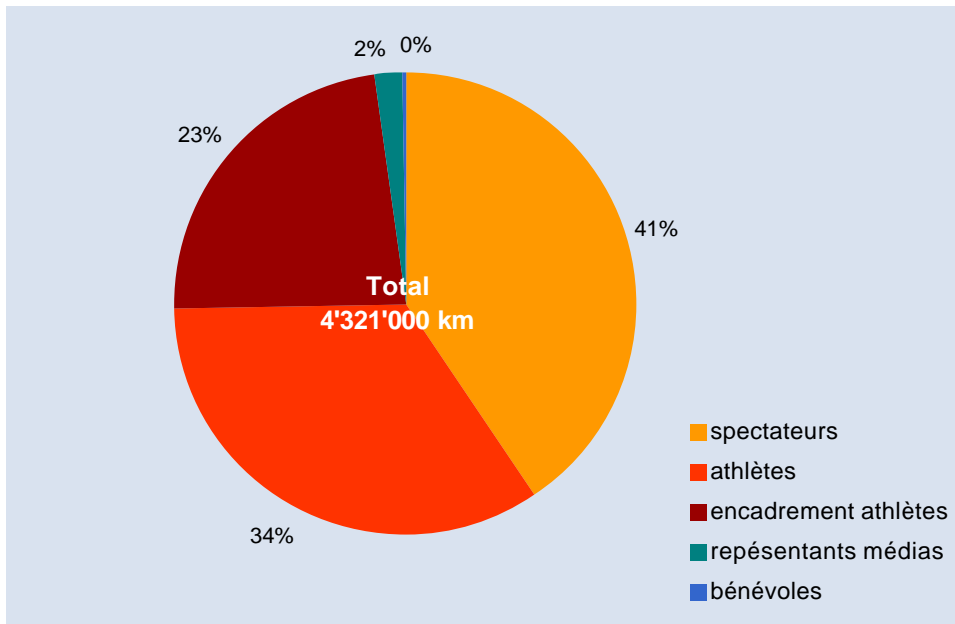
Illustration 39: Choix du moyen de transport (en %)

Personnes: spectateurs, athlètes, encadrement athlètes, représentants médias, bénévoles ; données pondérées par facteur-événementiel

En tout, les enquêtes ont démontré que près de 4'321'000 kilomètres ont été effectués par les différents acteurs d'Athletissima (à titre indicatif, ceci correspond à environ quatre fois le trajet terre lune et retour¹⁹). La plus grande part (plus de la moitié) concerne les athlètes et leurs équipes et ensuite les spectateurs (plus de 40 %). Bien que les premiers soient infiniment moins nombreux, ils viennent de très loin, ce qui explique leur poids dans cette appréciation.

¹⁹ Distance terre-lune: 384'400 km

Illustration 40: Répartition de la distance totale, en % et par groupe de personnes

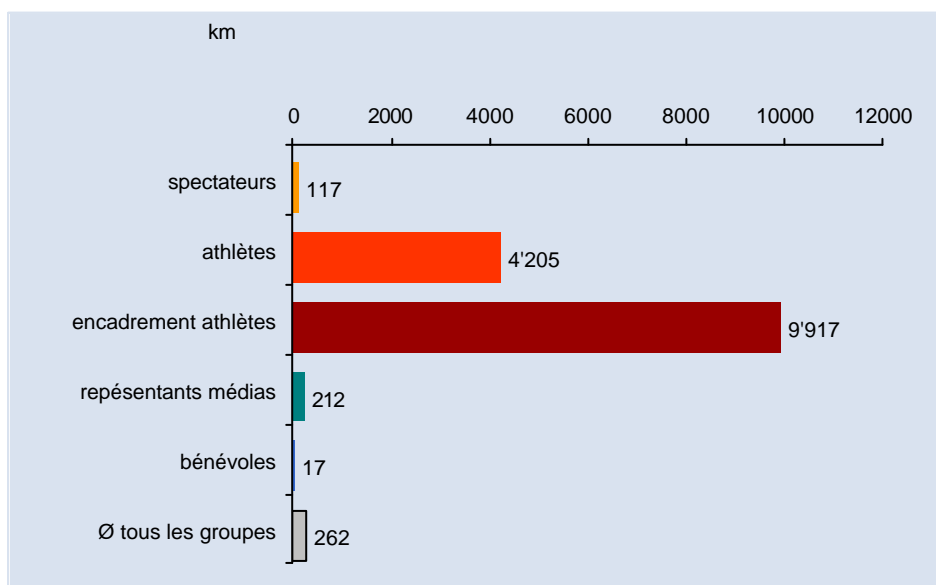


données pondérées par facteur-événementiel

Cet impact paraît évident à l'observation de l'illustration 41. En effet, les spectateurs parcourent en moyenne 117 km en raison de l'événement tandis qu'un entraîneur d'équipe parcourt autant de kilomètres que 85 spectateurs réunis...

Les valeurs de l'illustration sont pondérées par le facteur-événementiel, mais comme celui-ci est relativement élevé dans le cas d'Athletissima, elles constituent sans doute de bonnes approximations des valeurs réelles. Sur l'ensemble des groupes de personnes considérés (cumul), la distance parcourue vers la manifestation s'élève à 262 km par personne.

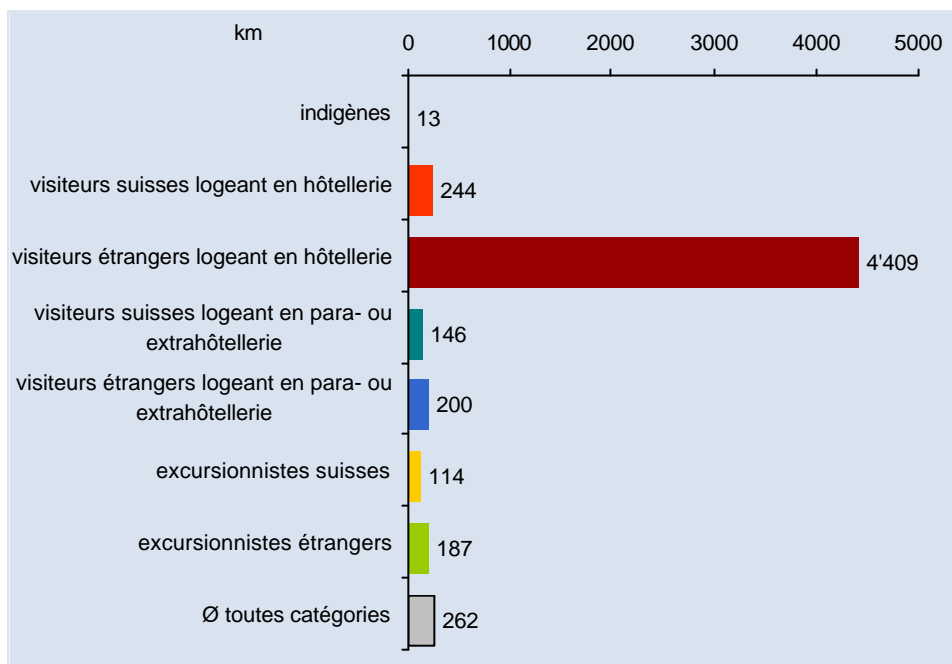
Illustration 41: Distance moyenne par personne selon groupes de personnes (aller et retour)



Personnes: spectateurs, athlètes, encadrement athlètes, représentants médias, bénévoles ; données pondérées par le facteur-événementiel.

L'illustration 42 indique la distance parcourue par les diverses catégories de personnes ; on observe clairement la catégorie des hôtes en provenance de l'étranger fréquentant les hôtels de la région. Cette catégorie comprend en effet les athlètes, les équipes ainsi qu'un certain nombre de journalistes étrangers, ce qui explique l'importance du facteur distance.

Illustration 42: Distance moyenne par personne selon catégories de personnes (aller et retour)



Personnes: spectateurs, athlètes, encadrement athlètes, représentants médias, bénévoles. Données pondérées par le facteur-événementiel.

Les moyens de transport utilisés sont en grande partie la voiture et l'avion à raison de respectivement 32% et 56% de la distance totale, les transports en commun et le trafic par car représentant le 12 %.

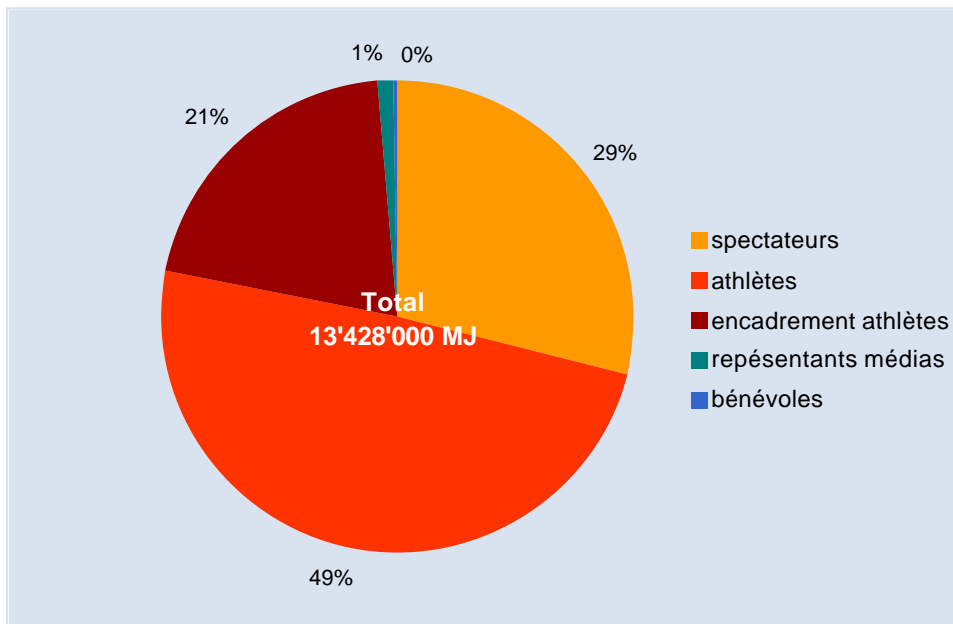
3.5.2 Energie

La consommation d'énergie²⁰ dépend beaucoup de la circulation ; elle est ventilée entre les différents groupes de personnes présentes à la manifestation (illustration 43).

On retrouve ici presque la même image que dans le cas de la circulation ci-dessus. Ceci s'explique par le fait que la circulation représente de loin le premier facteur de consommation d'énergie.

²⁰ La consommation d'énergie est mesurée en mégajoules (MJ). 1 MJ correspond à 0,27 kWh ou 3 cl d'essence.

Illustration 43: Consommation d'énergie induite par la circulation selon catégories de personnes, en %



Données pondérées par facteur-événementiel

En plus de la circulation, il convient de tenir compte de l'énergie consommée sur le lieu de la manifestation, de l'énergie de chauffage et de l'énergie produite par une circulation spécifique sur le site. Dans le cas d'Athletissima, ces catégories peuvent être négligées ; en effet, les deux dernières sont inexistantes et la consommation d'énergie du stade s'élève à environ 26'000 MJ.

3.5.3 Air et climat

Les résultats de l'analyse de l'émission de dioxyde nitrique comme mesure de la pollution atmosphérique et de l'émission de dioxyde de carbone comme mesure de l'effet climatique ressemblent beaucoup aux résultats de la consommation d'énergie par catégorie de personnes (cf. illustration 43).

En tout, 3'558 kg de dioxyde nitrique et 852 tonnes de CO₂ ont été « émis », approximativement à raison de 27% par les spectateurs, de 72% par les athlètes et équipes et à raison de 10% par les autres catégories de personnes.

3.5.4 Effets sur l'environnement des moyens de transports

Au niveau des divers moyens de transport, ce sont ainsi la voiture et l'avion qui induisent ensemble la plus grande part de consommation énergétique, donc la majorité des émissions. Sur les trois effets étudiés, ils s'imposent avec plus de 95%.

Illustration 44: Aperçu des effets par moyen de transport

	Moyen de transport				total
	voiture	bus	transport en commun	avion	
effet sur environnement					
consommation d'énergie	3'560 GJ	231 GJ	357 GJ	9'280 GJ	13'428 GJ
pourcentage	27 %	2 %	3 %	69 %	100 %
oxydes nitriques (NOx)	1'034 kg	134 kg	40 kg	2'351 kg	3'558 kg
pourcentage	29 %	4 %	1 %	66 %	100 %
dioxyde de carbone	219'740 kg	13'373 kg	13'391 kg	605'751 kg	852'255 kg
pourcentage	26 %	2 %	2 %	71 %	100 %

3.5.5 Autres domaines

L'événement Athletissima génère au sein de la Pontaise environ une tonne de déchets, soit 60 grammes par personne.

Le modèle d'analyse prévoit également l'influence de la manifestation sur le paysage (outil paysage). Cependant, Athletissima étant une manifestation indoor, ses influences dans ce domaine sont donc négligeables.

3.5.6 Appréciation des mesures prises

Le facteur majeur de nuisance écologique d'Athletissima est représenté par la circulation. Comme relevé plus haut, c'est elle qui est responsable de la plus grande consommation d'énergie et des émissions polluantes. La catégorie de personnes concernée - selon la terminologie de l'étude - est bien entendu celle des spectateurs, qui engendre la plus grande circulation.

Il est naturellement souhaitable que les effets négatifs sur l'environnement engendrés par une manifestation sportive soient maîtrisés au maximum. Dans ce but, l'organisation a la possibilité d'adopter différentes mesures en vue d'assurer un développement optimal ; en l'occurrence, les mesures entreprises par Athletissima sont présentées dans le tableau ci-dessous.

Illustration 45: Aperçu des mesures réalisées

Domaines et mesures	oui	non
Circulation:		
Disposez-vous d'un concept de circulation?	X	
Transport en commun (TC)		
1. Offres de billets spéciaux (billet combiné, remise sur TC)		X
2. Accord entre les horaires de l'événement et du TC		X
3. Indications relatives à des trains spéciaux, heures de voyage, correspondances		X
4. Navette entre gare / arrêt de bus et le site de la manifestation	X	
5. Plan mentionnant les arrêts ainsi que les chemins vers le site	X	
6. Mesures prises pour réduire la circulation sur place	X	
Circulation individuelle motorisée (CIM)		
1. Frais de parking		X
2. Limitation du nombre de places de parc	X	
3. Navette entre parking et site de l'événement	X	
4. Fermeture de l'accès au site	X	
Piétons et cyclistes		
1. Parkings de vélos près du site	X	
2. Chemins pour piétons et cyclistes signalés	X	
3. Location de vélos pour les manifestations plus longues		
Energie:		
Disposez-vous d'un concept d'énergie?		X
1. Promotion du transport en commun (TC)		X
2. Réduction de la circulation individuelle motorisée (CIM)		X
3. Promotion vélos et piétons		X
4. Utilisation de lampes efficaces (possibilités d'économies)		X
5. Minimisation de la circulation spéciale		
Déchets:		
Est-ce que vous avez un concept de voirie?	X	
1. Mesures pour éviter des déchets	X	
2. Séparation des déchets (pet, verre, autre)	X	
3. Serviettes, mouchoirs, papiers toilettes et autres en matériel recyclé		X
4. Assez de poubelles bien visibles, surveillance pendant la manifestation	X	
5. Evitement / réutilisation des décombres		X
Paysage:		
1. Information aux visiteurs pour protéger des domaines sensibles (clôture)	X	
2. Remise en état après la manifestation (réparation des dégâts)	X	
3. Utilisation sensible du paysage (Infrastructure, itinéraires vers le site)		X
4. Audit de représentants de la protection de la nature et du paysage		X

Si elles ne sont pas avant-gardistes, on peut néanmoins qualifier de professionnelles et globalement responsables l'ensemble des mesures prises par l'organisation en matière d'écologie. Une attitude proactive plus marquée pourrait encore intervenir en matière de transports en commun, mais il faut relever que la manifestation à lieu au stade de la Pontaise où d'autres événements mobilisant la foule sont ponctuellement organisés, et l'expérience a démontré que les services de la ville maîtrisent généralement suffisamment cette problématique.

3.6 Domaine social

3.6.1 Enquête auprès des spectateurs

L'illustration 46 souligne - sur une échelle de 1 à 5 - le degré d'approbation que les spectateurs ont manifesté par rapport à quelques problématiques intéressant certains aspects sociaux de la manifestation.

Les affirmations suivantes ont connu *les adhésions* les plus importantes:

Athletissima ...

- revêt une fonction de modèle pour les jeunes.
- stimule l'envie de pratiquer du sport en général.
- est une manifestation importante pour la sauvegarde de l'identité de la région.

Les distributions de fréquences (cf. Annexe) indiquent que les variances de ces réponses ont aussi été assez basses, reflétant ainsi un sentiment important de l'utilité sociale de l'événement.

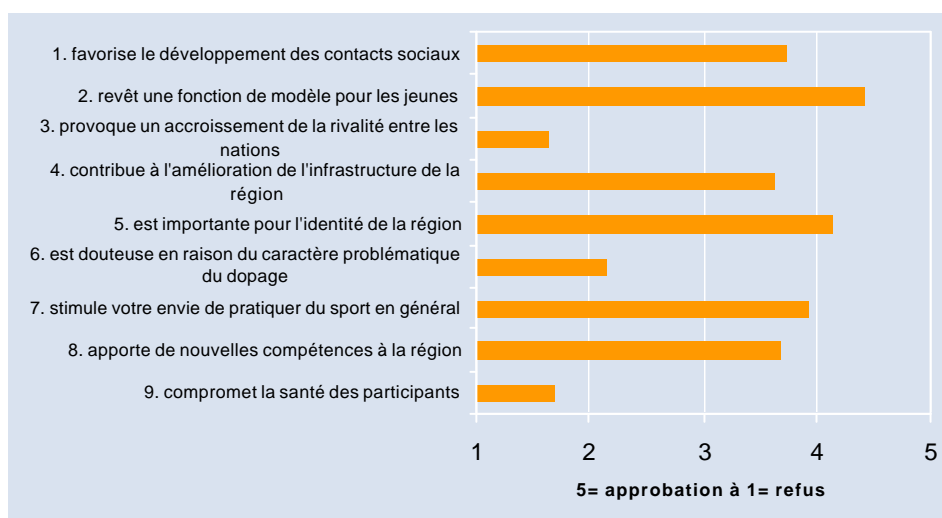
Les affirmations suivantes ont été les plus fréquentes à être *rejetées* par les spectateurs:

Athletissima ...

- provoque un accroissement de la rivalité entre les nations
- compromet la santé des participants
- est douteuse en raison du caractère problématique du dopage

Avec une valeur moyenne de 1,64, c'est la stimulation de la rivalité entre les nations qui a le plus été rejetée.

Illustration 46: Moyennes des approbations des questions relatives aux aspects sociaux d'Athletissima selon les spectateurs



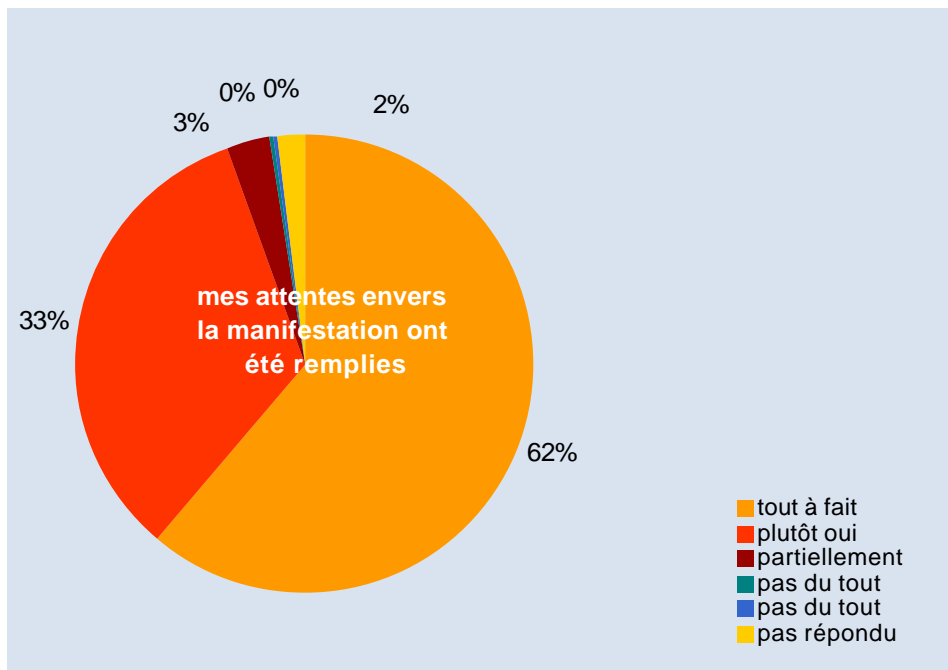
Pour résumer, on peut affirmer que les spectateurs associent Athletissima à une image de valeur ajoutée sociale significative.

Satisfaction des spectateurs

La satisfaction des spectateurs est garante du succès futur de la manifestation.

L'illustration 47 montre que la grande majorité des visiteurs estiment que leurs attentes ont été "tout à fait" (62%) ou "plutôt" (33%) satisfaites par la manifestation, un score global flatteur. La valeur moyenne de la satisfaction des attentes présentée sur une échelle de 1 (= pas du tout) à 5 (=tout à fait) s'élève à 4,6.

Illustration 47: Satisfaction des spectateurs

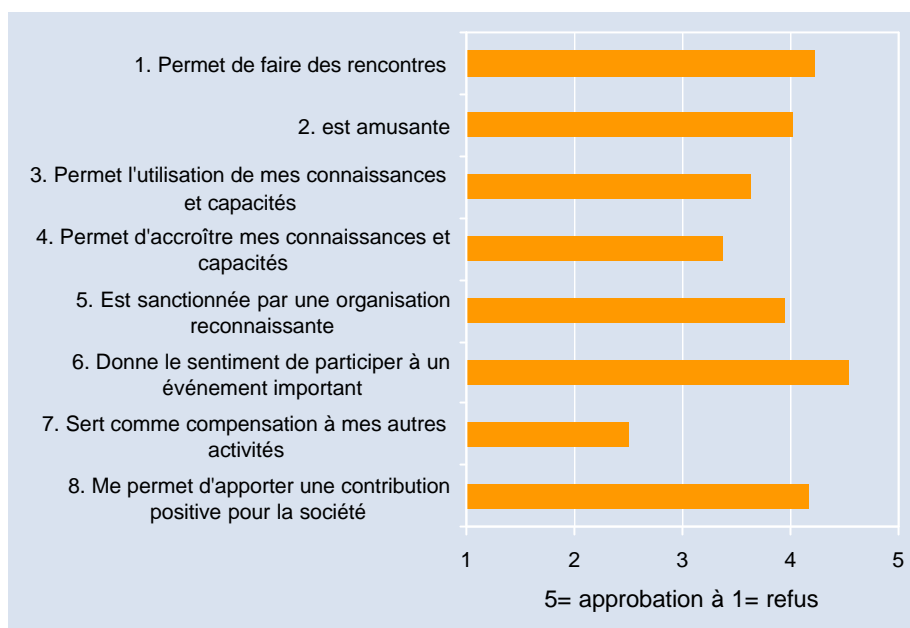


3.6.2 Enquête auprès des bénévoles

Sans bénévoles, aucune grande manifestation sportive ne pourrait exister. Il est d'autant plus important que les bénévoles aient une perception positive de l'événement auquel ils participent.

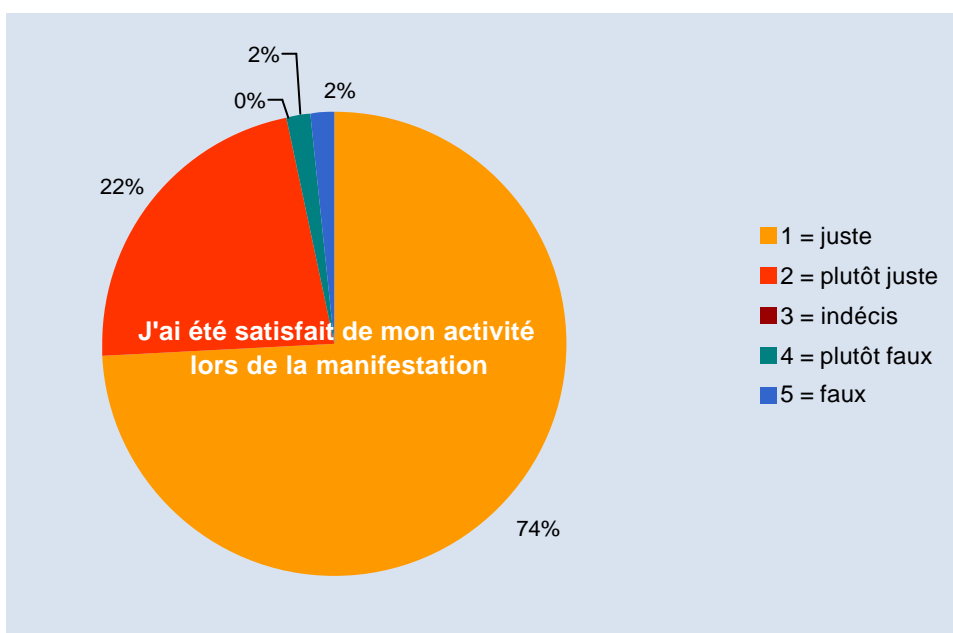
Les bénévoles ont été interrogés à l'issue de la manifestation sur leur perception de l'activité exercée. Dans le cas d'Athletissima, les aspects les plus positifs retenus furent le sentiment de participer à un événement important, les rencontres faites ainsi que la sensation d'avoir apporté une contribution positive pour la société. Moins marqué est le sentiment selon lequel le bénévolat compense d'autres activités ou accroît les connaissances ou des capacités. On sent de manière très nette la grande notoriété dont cette manifestation bénéficie aussi chez les collaborateurs bénévoles.

Illustration 48: Perception des bénévoles vis-à-vis de leur activité à la manifestation

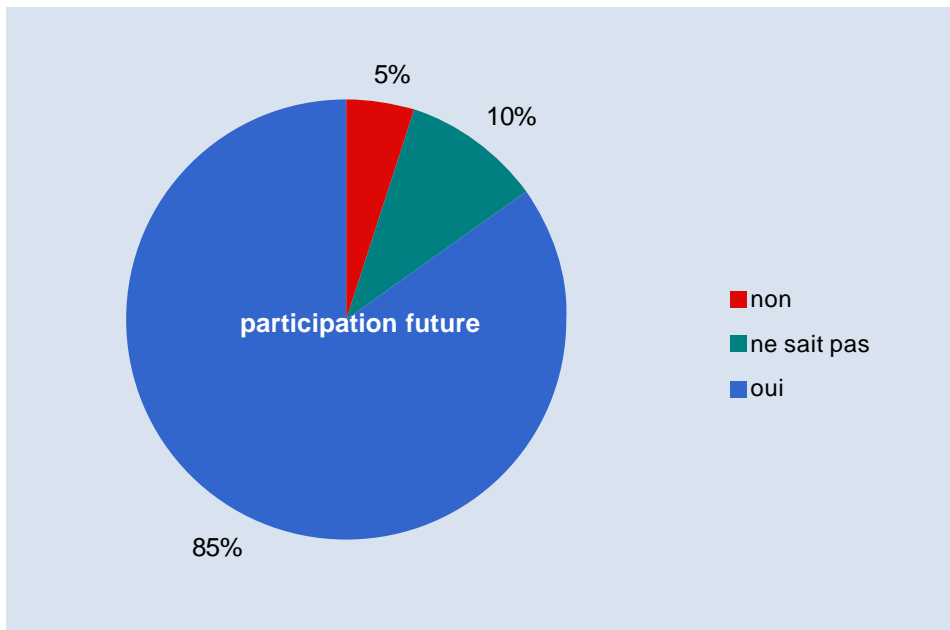


La perception très positive des bénévoles quant à leur activité agit naturellement sur leur perception de satisfaction. 86% des bénévoles répondent avoir été satisfaits de leur activité lors de la manifestation. La valeur moyenne de la satisfaction des bénévoles sur une échelle de 1 (= pas du tout) à 5 (=tout à fait) s'élève à 4,6. Ceci est sans doute aussi un mérite de la bonne préparation ainsi que de l'encadrement offert par l'organisation.

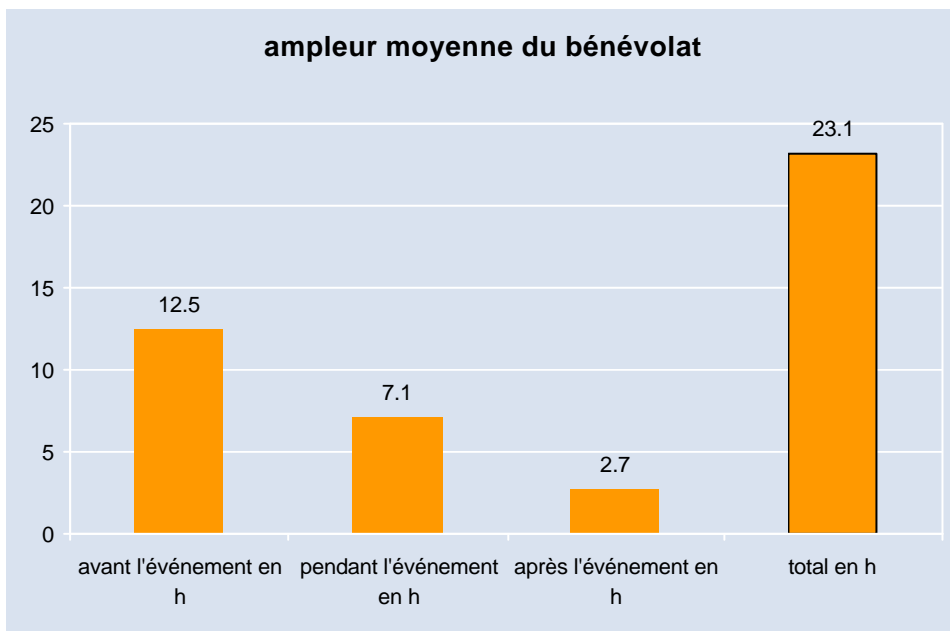
Illustration 49: Perception des bénévoles quant à leur activité au service de l'événement



Ainsi, il n'est pas étonnant que 85% des bénévoles se déclarent prêts à revenir sans hésitation pour une prochaine édition.

Illustration 50: Participation future

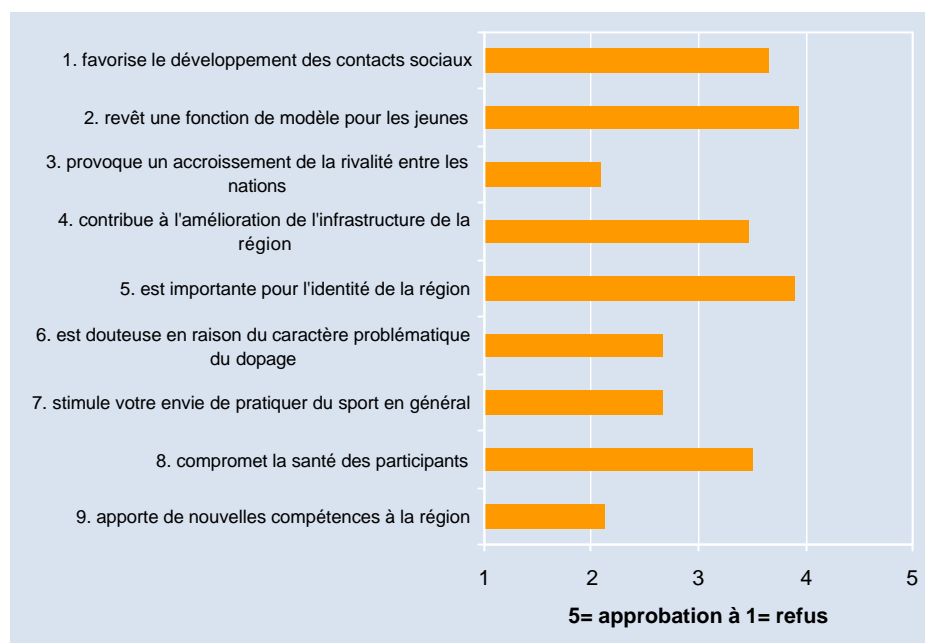
En moyenne, les bénévoles affirment avoir travaillé environ 23 heures pour la manifestation, la plus grande partie du travail ayant été effectuée avant la manifestation.

Illustration 51: Ampleur moyenne du bénévolat

3.6.3 Enquête auprès de la population locale

Si c'est avant tout la population locale qui profite des effets positifs d'une grande manifestation sportive, c'est aussi elle qui doit supporter les éventuels effets négatifs induits. Ces effets sont difficilement appréhendés de manière monétaire par la population; l'ancrage dont l'événement bénéficie profite cependant à toute la région.

Illustration 52: Moyennes des approbations de la population locale sur les questions relatives aux aspects sociaux d'Athletissima



Ce sondage démontre que près de la moitié des habitants de l'agglomération lausannoise (48%) ont déjà assisté au moins une fois à Athletissima en qualité de spectateurs ! Sur une échelle variant de 1 à 10, la perception de l'événement est globalement positive, avec une moyenne de 7,76.

Confrontés aux mêmes questions que les spectateurs quant à leur perception de la manifestation, les indigènes ont répondu de même façon que les spectateurs, mais avec des moyennes toujours plus proches de 3, valeur médiane de l'échelle. Des réponses différentes ont été données pour les questions du type « *stimule l'envie de faire du sport* », « *compromet la santé des participants* » ou encore « *apporte de nouvelles compétences à la région* ». On sent que ceci est dû à une plus grande distance par rapport à la manifestation.

3.7 Image

L'image d'une entreprise est souvent considérée comme facteur clé de succès de celle-ci. La situation n'est pas différente pour une manifestation sportive.

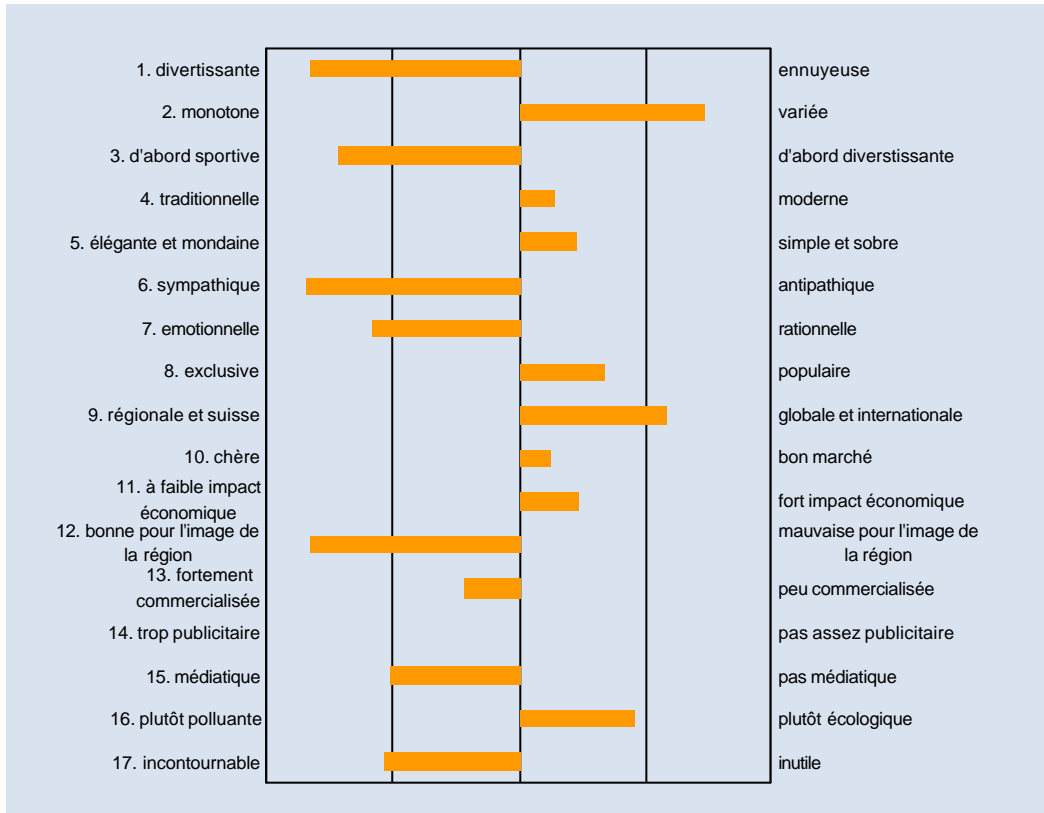
3.7.1 Appréciation de l'image de la manifestation

Spectateurs

Comme indiqué avec l'illustration 53, Athletissima est avant tout considéré comme événement sportif *divertissant, sympathique, varié et bon pour l'image de la région*. Les spectateurs placent clairement le sport avant le divertissement dans la manifestation. Athletissima est reconnu comme une manifestation internationale et globale qui profite d'une importance présence médiatique.

Les spectateurs sont plus partagés dans leur appréciation de l'impact économique de la manifestation.

Illustration 53: Appréciation de l'image d'Athletissima par les spectateurs

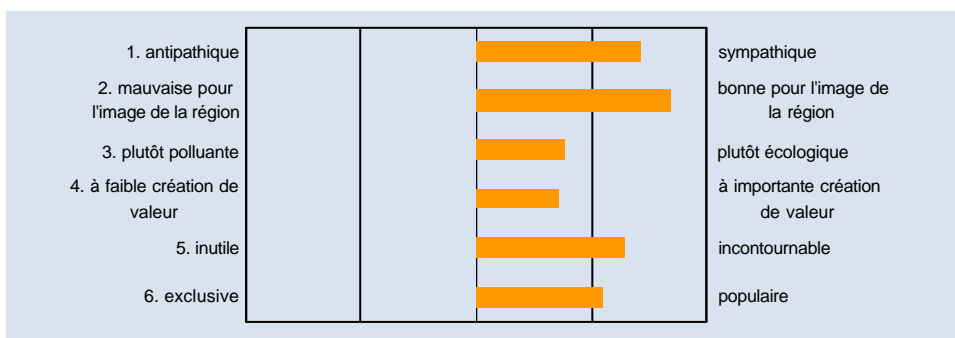


Population locale

La perception de l'image de la manifestation par les spectateurs et par la population locale n'est pas forcément la même. Une bonne image de la manifestation auprès de la population locale révèle généralement son appui et favorise son existence à long terme.

L'illustration 54 montre l'image dont Athletissima bénéficie auprès de la population lausannoise. On la perçoit excellente avec toutes les valeurs supérieures à 3,5.

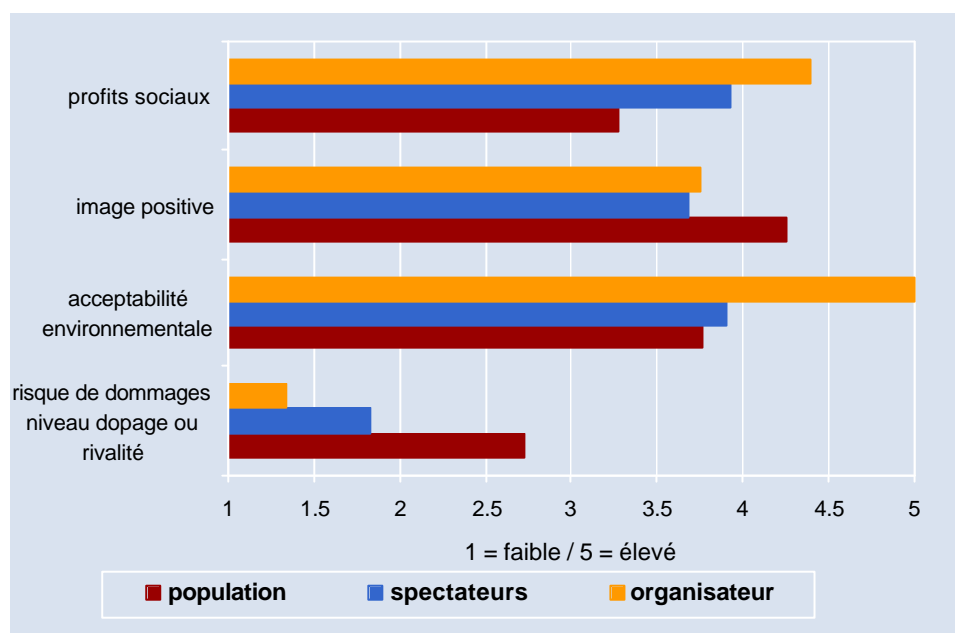
Illustration 54: Appréciation de l'image de Athletissima par la population locale



Différents aspects sociaux et liés à l'image ont été fusionnés en quatre coefficients et permettent ainsi la comparaison directe entre l'appréciation de l'organisateur,

celle des spectateurs et celle de la population locale. On observe d'une part, sur l'illustration 55, que les tendances dans les divers domaines étudiés sont les mêmes dans les trois groupes de personnes, mais d'autre part aussi que l'image excellente de la manifestation se dilue quelque peu avec la « distance » à l'événement. Ainsi l'organisateur crédite l'événement de davantage de profits sociaux que les spectateurs et la population locale, et la situation est exactement inverse dans le cas du risque de dommages au niveau dopage ou rivalité. Un élément reste tout à fait significatif : c'est la population locale qui tient le score le plus élevé dans l'appréciation de l'image et manifeste donc son attachement à l'événement.

Illustration 55: Perception de l'événement (image) : les spectateurs, l'organisateur et la population locale



4. Considérations finales

Le but de ce dernier chapitre est de tirer certaines conclusions à partir des nouvelles connaissances acquises sur l'importance économique, écologique et sociale d'Athletissima. A cet effet, la manifestation a été auscultée à la lumière de ses capacités de développement durable. Un dernier tableau de coûts/bénéfices propose divers ratios permettant le positionnement de l'événement dans une optique à considérer impérativement comme une indication de tendances.

4.1 Athletissima et le développement durable

Bien que cette étude-pilote ait pour objectif la création d'un modèle d'ordre prioritairement économique, le groupe de travail Athletissima est de l'avis qu'à l'avenir tout événement sportif d'envergure devrait tenir globalement compte des critères les plus récents préconisés par le concept de développement durable au sens large du terme.

Il serait en effet judicieux que les promoteurs responsables du développement de grands événements sportifs orientent dorénavant leur management en s'inspirant - dans la mesure du possible - des cinq dimensions du développement durable telles que résumées ci-dessous. Idéalement, ces principes pourraient s'appliquer progressivement, de manière appropriée et spécifique, à toutes les manifestations d'importance..

Pour rappel, le développement durable implique:

- une dimension **économique** efficace, orientée vers les défis
= l'événement doit être dynamique et générer des profits tout au moins macro-économiques ;
- une dimension **sociale** préconisant une répartition équitable des richesses, la lutte contre l'exclusion et la promotion de la santé...
= l'événement doit impliquer le mieux possible la population locale, dans un esprit tonique, mobilisateur et consensuel ;
- une dimension **environnementale** orientée vers la protection du patrimoine naturel et de la biodiversité...
= l'événement doit tenir compte de manière proactive des nuisances éventuelles qu'il peut induire et prendre les mesures préalables appropriées ;
- une dimension **culturelle** valorisant la civilisation de l'esprit face au seul consumérisme ou aspects sportifs...
= des mesures d'accompagnement de l'événement devraient être proposées, intéressant par exemple l'éducation, la formation ou encore les annales thématiques et didactiques de l'événement;
- une dimension **politique**, par l'intégration de la concertation et du consensus...
= dans son concept de création et de développement, tout événement d'importance doit mettre au point une stratégie qui implique la concertation et l'appui ouvert des autorités politiques en place.

Il va de soi que les valeurs et fondements exprimés ci-dessus ne pourront être réalisés dans leur totalité pour chaque grand événement actuel ou futur ; il faut néanmoins *savoir s'élever pour voir plus loin*, et si la prise de conscience et les réflexes sont au rendez-vous, l'événement grandira à coup sûr en puissance et en acte.

4.2 Forces et faiblesses, menaces et opportunités

Athletissima : un impact médiatique important...

Une analyse poussée de l'impact médiatique n'a pas été entreprise dans le cadre de cette étude (médiamétrie avec estimation d'impact). Néanmoins, le glossaire de presse – particulièrement étoffé – met en relief l'importance de l'événement grâce aux nombreux articles et reportages enregistrés dans les médias helvétiques et étrangers. L'athlétisme est effectivement l'un des sports les plus répandus à travers le monde et l'intérêt pour un événement de l'envergure d'Athletissima n'est donc pas seulement local, mais bien global.

Des retombées économiques appréciables pour l'organisation et la région...

Les résultats économiques identifiés dans la présente étude mettent en évidence les effets positifs engendrés par l'événement. L'interprétation fine de ces chiffres (ex. : les dépenses par personne) impliquent cependant de tenir compte du fait que le spectacle sportif en soi ne dure que quelques heures (ou une journée) : l'impact à l'unité peut donc être qualifié d'intense.

Un bulletin écologique favorable...

Athletissima étant une manifestation "indoor", ses risques écologiques et son potentiel de pollution sont donc limités. En outre, les mesures prises par l'organisation ou les services de voirie de la ville afin de gérer les divers domaines sensibles permettent de ramener les effets polluants à un seuil optimal.

Encadrement des bénévoles...

Le succès de toute manifestation sportive est étroitement lié à la motivation des bénévoles ; un événement répétitif du type d'Athletissima dépend ainsi beaucoup de leur fidélité. La grande satisfaction des bénévoles et leur taux de réponses aux questionnaires distribués témoignent d'un bel état d'esprit et d'enthousiasme : les efforts de l'organisation afin de rendre la manifestation agréable et intéressante pour le staff des bénévoles semblent couronnés de succès.

Un facteur événementiel élevé...

L'important facteur événementiel mesuré auprès des visiteurs non-résidents de Lausanne et sa région souligne l'importance et la notoriété d'Athletissima. Pour la ville de Lausanne, il représente un catalyseur intéressant vers le public qui la découvre ou l'apprécie sous un angle sportif prestigieux et tonique ; enfin, ce facteur de motivation de visite élevé génère un nombre appréciable de nuitées immédiates ou potentielles, bénéfiques à l'agglomération et sa notoriété.

Un impact indirect régional exemplaire...

Athletissima revêt une envergure mondiale et doit être conséquemment profilé comme telle ; or, une présentation alliant classe et efficacité coûte généralement beaucoup d'argent, et l'on comprend que les investissements et la consommation intermédiaire nécessaires à sa réalisation sont substantiels ; géographiquement, il est à noter que c'est avant tout Lausanne et sa région qui en sont très largement les bénéficiaires.

Des synergies avec la ville olympique encore à explorer...

Lausanne, "capitale olympique" : les Jeux olympiques se fondant à la base sur un concours d'athlétisme, la présence d'un meeting d'importance mondiale à Lausanne est donc particulièrement opportune et permet raisonnablement de songer à un développement de synergies sous une forme à cultiver.

Une bonne perception de la population locale...

La population de Lausanne a été en mesure d'observer ou d'assister de près à l'affirmation du meeting, au cours de la dernière décennie notamment ; il est donc compréhensible qu'elle le conçoive en quelque sorte comme un acquis commun, et l'image très positive de sa perception reflète le support indiscutable que connaît Athletissima dans la région lausannoise.

Intérêt médiatique focalisé sur les athlètes et les résultats...

De nos jours, l'athlétisme est avant tout pratiqué dans des stades (ouverts ou fermés) et revêt ainsi toutes les caractéristiques d'un sport *indoor*. L'intérêt des médias ne se tourne pratiquement pas ou peu vers le paysage ou l'environnement général (comme c'est le cas pour d'autres manifestations sportives de plein air). L'effet médiatique pour la ville de Lausanne est quelque part nettement atténué.

Un impact direct mesuré et concentré sur le site de la manifestation...

Dans leur grande majorité, les effets économiques directs s'exercent sur le site même de la manifestation : la plupart des visiteurs non indigènes se rendent après leur arrivée directement à la Pontaise et quittent la ville directement après la manifestation : le potentiel d'accueil et de découverte de nouveaux visiteurs, eu égard à cette caractéristique et à la concentration du spectacle dans le temps (une soirée), reste faible malgré l'intensité de l'événement.

4.3 Pour une approche « benchmark »

Afin de faciliter les comparaisons inter-événements, six ratios ont été calculés ; quatre sur six combinent des variables de deux domaines, à savoir l'écologie et l'économie. Pour faciliter l'appréciation, le schéma ci-dessous présente, dans la colonne de droite, la valeur médiane des ratios sur les sept événements étudiés. La médiane est la valeur centrale obtenue pour les sept observations ; elle n'est pas la valeur moyenne.

Des comparaisons avec les valeurs médianes ou les résultats d'autres manifestations ne sont évidemment, en raison des dissemblances importantes des sept événements retenus (localisation, taille, durée, lieu, type, etc.), que partiellement significatives et doivent dans tous les cas être relativisées en conséquence.

Le *ratio de subvention* met en relation les subventions des pouvoirs publics (input) et la création de valeur brute réalisée dans la région (output). Dans le cas d'Athletissima, il s'élève seulement à 3,55.

Quel pourcentage de la création de valeur revient à la région lausannoise ? (*Ratio création de valeur régionale*). Ce ratio est pour Athletissima très favorable puisqu'il s'inscrit à 80%.

Le *ratio d'énergie* compare la consommation d'énergie avec la création de valeur brute. Pour Athletissima, chaque MJ d'énergie consommé résulte d'une création de valeur de CHF 0,07.

La comparaison entre quantité de déchets et chiffre d'affaires en Suisse (*Intensité en déchets du chiffre d'affaires*) démontre - pour l'anecdote - que chaque franc de chiffre d'affaires engendre 0,2 g de déchets à la manifestation !

On observe pour la manifestation lausannoise une *intensité de bénévolat* de l'ordre de près de 4 bénévoles pour 100 personnes présentes à la manifestation.

La *part du bénévolat au total du travail engendré par la manifestation* (bénévolat plus création régionale d'emploi) a été calculée à 15%.

Illustration 56: Sportevent-Scorecard Ratios

	Ratios	Valeurs Athletis- sima	Médiane
24	Ratio subvention = $\frac{\text{Création de valeur brute totale dans la région (en CHF)}}{\text{Subventions (en CHF)}}$	3,55	17,25
25	Création de valeur régionale = $\frac{\text{Création de valeur brute totale dans la région (en CHF)}}{\text{Création de valeur brute totale en Suisse (en CHF)}}$	80%	78%
26	Ratio énergie = $\frac{\text{Création de valeur brute totale en Suisse (en CHF)}}{\text{Consommation d'énergie totale (en MJ)}}$	0,07 CHF/MJ	0,19 Fr./MJ
27	Intensité en déchets du chiffre d'affaires = $\frac{\text{Total des déchets à la manifestation (en g)}}{\text{Total chiffre d'affaires généré en Suisse (en CHF)}}$	0,2 g/CHF	0,8 g/CHF
28	Intensité de bénévolat de la manifestation = $\frac{\text{Nombre de bénévoles (personnes)}}{\text{(Nbe personnes à la manifestation - Nbe de bénévoles)}}$	0,04	0,03
29	Part du bénévolat au travail nécessité par l'événement = $\frac{\text{Journées de bénévolat (+ militaires)}}{\text{(Total travail EPT + journées de(bénévolat + militaire))}}$	15%	28%

29: EPT: équivalent plein temps, cf. note pour 10.

24-29: La médiane est la valeur qui se trouve au centre des sept observations (\neq moyenne).

Annexes

Les valeurs des annexes sont à la base celles calculées dans les modèles. Les résultats proviennent d'extrapolations et doivent être considérés comme *valeurs approximatives*. Compte tenu des « arrondis », ces valeurs peuvent cependant légèrement différer de celles présentées dans le rapport.

A1: Effets économiques des groupes de personnes présentes à Athletissima 2001

A2: Total des effets économiques d'Athletissima 2001 selon le type d'effets (Suisse)

A3: Total des effets économiques d'Athletissima 2001 selon le type d'effets (région Lausanne)

A4: Total des effets économiques d'Athletissima 2001 selon les branches économiques (Suisse)

A5: Total des effets économiques d'Athletissima 2001 selon les branches économiques (région Lausanne)

A6: Total des effets économiques d'Athletissima 2001 selon le lieu des effets (Suisse)

A7: Total des effets économiques d'Athletissima 2001 selon le lieu des effets (région Lausanne)

A8: Total des effets écologiques d'Athletissima 2001 (circulation, énergie)

A9: Total des effets écologiques d'Athletissima 2001 (air, climat et déchets)

A1: Effets économiques des groupes de personnes présentes à Athletissima 2001

	Total des dépenses, création de valeur brute et d'emplois						Valeurs par personne			Nuitées		
	Total des dépenses		Participation à la création de valeur brute régionale		Participation à l'emploi dans la région		Fréquences	Total des dépenses CHF par personne	Création de valeur brute Fr. je Person	ø des nuitées par personne	Total des nuitées	Nuitées engendrées par la manifestation
	en milliers de francs	part au total en %	en milliers de francs	part au total en %		part au total en %						
Total	1'056	100	539	100	9	100	1'470	718	367			
Lieu d'impact	1'056	100	539	100	9	100						
sur le site de la manifestation	673	64	355	66	6	67		458	241			
en dehors de la manifestation	383	36	184	34	3	33		261	125			
Catégories de dépenses	1'056	100	539	100	9	100						
nuitées	160	15	80	15	1	15						
F&B (nourriture et boissons)	284	27	143	27	2	26						
commerce (gros + détail)	56	5	12	2	0	2						
transports	49	5	22	4	0	3						
voitures, car	19	2	4	1	0	1						
transports publics ou autres moyens de transport	30	3	18	3	0	2						
entrées	481	46	263	49	4	50						
autres	27	3	19	3	0	5						
Groupes de personnes	1'056	100	539	100	9	100	1'470	718	367	2.1	3'152	2'867
spectateurs	953	90	491	91	8	91	0	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	2'037	1'752
participants/athlètes	20	2	8	2	0	1	350	58	23	1.8	626	626
encadrement athlètes	7	1	3	1	0	1	100	74	28	2.4	240	240
représentants médias	60	6	30	6	0	5	420	143	71	0.6	250	250
bénévoles	15	1	8	1	0	2	600	25	13	0.0	0	0
Catégories de personnes	1'056	100	539	100	9	100	16'470	64	33	0.2	3'152	2'867
indigènes	86	8	45	8	1	8	2'831	30	16	0.0	0	0
spectateurs hébergés	315	30	156	29	3	28	1'672	189	93	1.9	3'152	2'867
en hôtellerie	286	27	141	26	2	26	1'222	234	115	1.9	2'375	2'192
en para-hôtellerie ou extra-hôtellerie	29	3	15	3	0	3	450	65	33	1.7	777	675
excursionnistes	655	62	339	63	6	63	11'967	55	28	0.0	0	0
hôtes suisses	887	84	455	84	8	85	14'650	61	31	0.1	1'837	1'620
hôtes étrangers	169	16	83	15	1	15	1'821	93	46	0.7	1'316	1'247
Branches	1'056	100	539	100	9	100						
hôtellerie et restauration	443	42	224	41	4	41						
commerce (gros + détail)	75	7	16	3	0	2						
transports	30	3	18	3	0	2						
autres	507	48	281	52	5	55						

A2: Total des effets économiques d'Athletissima 2001 selon le type d'effets (Suisse)

Type d'effets économiques	Création de valeur et d'emplois (total)								
	Chiffre d'affaires		Chiffre d'affaires sans subventions	Consommation intermédiaire	Création de valeur brute (CVB)		Volume d'emploi (ETC)**		CVB/ETC en milliers de frs.
	en mio. de francs	en %			en mio. de francs	en mio. de francs	en %	total	
Effets économiques directs (total)	3.22	68	3.02	2.92	0.10	11	6	37	17
Effets économiques indirects	1.54	32	1.54	0.75	0.79	89	10	63	78
Total des effets économiques (Suisse)	4.76	100	4.56	3.67	0.89	100	16	100	55

* aux prix du marché; ** ETC = équivalent temps complet = 1800 h / année

A3: Total des effets économiques d'Athletissima 2001 selon le type d'effets (région de Lausanne)

Type d'effets économiques	Création de valeur et d'emplois (dans la région)								
	Chiffre d'affaires		Chiffre d'affaires sans subventions	Consommation intermédiaire	Création de valeur brute (CVB)		Volume d'emploi (ETC)**		CVB/ETC
	en mio. de francs	en %			en mio. de francs	en mio. de francs	en %	total	
Effets économiques directs (total)	3.22	72	3.02	2.92	0.10	14	6	42	18
Effets économiques indirects	1.23	28	1.23	0.62	0.61	86	8	58	80
Total des effets économiques (région de Lausanne)	4.46	100	4.26	3.54	0.71	100	13	100	54

* aux prix du marché; ** ETC = équivalent temps complet = 1800 h / année

A4: Total des effets économiques d'Athletissima 2001, selon les branches économiques (Suisse)

Branche économique	Création de valeur et d'emplois (total)								
	Chiffre d'affaires		Chiffre d'affaires sans subventions	Consommation intermédiaire	Création de valeur brute (CVB)*		Volume d'emploi (ETC)**		CVB/ETC
	en mio. de francs	en %	en mio. de francs	en mio. de francs	en mio. de francs	en %	total	en %	en milliers de frs.
Organisateur	2.54	53	2.34	2.46	-0.12	-13	3	16	-46
Entreprises à la manifestation (divers branches)	0.30	6	0.30	0.27	0.03	3	0	1	220
Hôtellerie et restauration	0.57	12	0.57	0.28	0.29	32	5	30	61
Achats en commerces (gros et détail)	0.21	4	0.21	0.17	0.04	4	0	3	84
Circulation (services de transport)	0.08	2	0.08	0.03	0.05	5	1	4	83
Construction	0.13	3	0.13	0.06	0.06	7	1	5	72
Autres ou non spécifiés 1)	0.97	20	0.97	0.41	0.55	61	7	42	82
Total des effets économiques (Suisse)	4.80	100	4.60	3.69	0.91	100	16	100	57

1) y compris les dépenses des étrangers en dehors de la région * aux prix du marché; ** ETC = équivalent temps complet = 1800 h / année

A5: Total des effets économiques d'Athletissima 2001, selon les branches économiques (région de Lausanne)

Branche économique	Création de valeur et d'emplois (dans la région)								
	Chiffre d'affaires		Chiffre d'affaires sans subventions	Consommation intermédiaire	Création de valeur brute (CVB)*		Volume d'emploi (ETC)**		CVB/ETC
	en mio. de francs	en %	en mio. de francs	en mio. de francs	en mio. de francs	en %	total	en %	en milliers de frs.
Organisateur	2.54	57	2.34	2.46	-0.12	-16	3	19	-46
Entreprises à la manifestation (divers branches)	0.30	7	0.30	0.27	0.03	4	0	1	220
Hôtellerie et restauration	0.57	13	0.57	0.28	0.29	40	5	36	61
Achats en commerces (gros et détail)	0.21	5	0.21	0.17	0.04	5	0	3	84
Circulation (services de transport)	0.08	2	0.08	0.03	0.05	7	1	4	83
Construction	0.13	3	0.13	0.06	0.06	9	1	6	72
Autres ou non spécifiés 1)	0.63	14	0.63	0.27	0.36	51	4	30	90
Total des effets économiques (région de Lausanne)	4.46	100	4.26	3.54	0.71	100	13	100	54

1) y compris les dépenses des étrangers en dehors de la région

* aux prix du marché; ** ETC = équivalent temps complet = 1800 h / année

A6: Total des effets économiques d'Athletissima 2001 selon le lieu d'impact (Suisse)

Lieu d'impact économique	Création de valeur et d'emplois (total)								
	Chiffre d'affaires		Chiffre d'affaires sans subventions	Consommation intermédiaire	Création de valeur brute (CVB)		Volume d'emploi (ETC)**		CVB/ETC
	en mio. de francs	en %	en mio. de francs	en mio. de francs	en mio. de francs	en %	total	en %	en milliers de frs.
Effets directs sur le site la manifestation	2.84	60	2.64	2.73	-0.09	-10	3	16	-32
Effets directs et indirects en dehors de la manifestation	1.92	40	1.92	0.95	0.97	110	13	84	72
dépenses de spectateurs, athlètes et équipes, représentants médias, bénévoles (hors de la manifestation)	0.38	8	0.38	0.20	0.18	21	3	21	56
effets indirects via la consommation intermédiaire	1.39	29	1.39	0.70	0.69	78	9	57	75
effets indirects via les investissements	0.15	3	0.15	0.05	0.10	11	1	6	109
Total des effets économiques (Suisse)	4.76	100	4.56	4	0.89	100	16	100	55

* aux prix du marché; ** ETC = équivalent temps complet = 1800 h / année

A7: Total des effets économiques d'Athletissima 2001 selon le lieu d'impact (région de Lausanne)

Lieu d'impact économique	Création de valeur et d'emplois (dans la région)								
	Chiffre d'affaires		Chiffre d'affaires sans subventions	Consommation intermédiaire	Création de valeur brute (CVB)		Volume d'emploi (ETC)**		CVB/ETC
	en mio. de francs	en %	en mio. de francs	en mio. de francs	en mio. de francs	en %	total	en %	en milliers de frs.
Effets directs sur le site la manifestation	2.84	64	2.64	2.73	-0.09	-12	3	20	-32
Effets directs et indirects en dehors de la manifestation	1.62	36	1.62	0.82	0.80	112	11	80	75
dépenses de spectateurs, athlètes et équipes, représentants médias, bénévoles (hors de la manifestation)	0.38	9	0.38	0.20	0.18	26	3	22	62
effets indirects via la consommation intermédiaire	1.08	24	1.08	0.57	0.52	73	7	51	76
effets indirects via les investissements	0.15	3	0.15	0.05	0.10	14	1	7	109
Total des effets économiques (région de Lausanne)	4.46	100	4.26	3.54	0.71	100	13	100	54

* aux prix du marché; ** ETC = équivalent temps complet = 1800 h / année

A8: Effets écologiques d'Athletissima 2001 (circulation, énergie)

groupes de personnes A1- A5/ catégories d'hôtes	fréquences extrapolation: nombre	Circulation				Energie			
		total km vers manifestation	total km vers hébergement	total km vers manifestation + vers hébergement	total km / nbe. Pers.	Total consommation d'énergie issue de la circulation		Total énergie manifestatio circulation, énergie, chauffage, divers	
		total en milliers de km	total en milliers de km	total en milliers de km	km/pers.	en milliers de MJ	MJ/pers.	en milliers de MJ	MJ/pers.
Total des groupes de personnes	14'691	1'484	1'470	2'953	201	8'015	546	8'063	549
Spectateurs	14'000	1'444	859	2'303	165	5'120	366		
Athlètes	96	0	341	341	3'549	1'567	16'327		
Encadrement athlètes	64	0	220	220	3'438	1'012	15'817		
Représentants médias	131	16	50	66	501	262	1'999		
Bénévoles	400	23	0	23	58	53	132		

Total des catégories		14'691	1'484	1'470	2'953	201	8'015	546	8'063	549
Indigènes		3'041	91	0	91	30	130	43		
Hôtes hébergés		2'480	112	1'470	1'581	638	4'957	1'999		
	à l'hôtel	1'799	71	1'253	1'324	736	4'393	2'441		
	Suisse	1'349	55	397	452	335	896	664		
	Etrangers	451	15	856	872	1'934	3'497	7'759		
	en para- ou extrahôtel	680	41	217	258	379	564	829		
	Suisse	584	40	122	162	278	331	567		
	Etrangers	97	1	94	95	987	233	2'411		
Excursionnistes		9'169	1'281	0	1'281	140	2'929	319		
	Suisse	8'887	1'238	0	1'238	139	2'822	318		
	Etrangers	282	43	0	43	151	107	378		

A9: Effets écologiques d'Athletissima 2001 (air, climat et déchets)

groupes de personnes A1-A5/ catégories d'hôtes		fréquences extrapolation nombre	Air		Climat				Déchets	
			Total des émissions		Total des émissions par la circulation		Total des émissions manifestation	Total des émissions manifestation	Total des déchets à la manifestation	
			kg NOx	g NOx/pers.	t CO2	kg CO2/pers.	t CO2	kg CO2/pers.	t	kg/pers.
Total	des groupes de personnes	14'691	2'220	151	491	33	491	33	1	0.1
	Spectateurs	14'000	1'422	102	306	22				
	Athlètes	96	429	4'472	101	1'051				
	Encadrement athlètes	64	277	4'332	65	1'018				
	Représentants médias	131	76	581	16	123				
	Bénévoles	400	15	38	3	8				
Total	des catégories	14'691	2'220	151	491	33	491	33	1	0.1
	Indigènes	3'041	24	8	6	2				
	Hôtes hébergés	2'480	1'351	545	307	124				
	à l'hôtel	1'799	1'198	666	274	152				
		Suisses	1'349	230	171	38				
		Etrangers	451	967	2'146	223	494			
	en para- ou extrahôtel	680	154	226	33	49				
		Suisses	584	86	148	19	33			
		Etrangers	97	67	698	14	149			
	Excursionnistes	9'169	845	92	178	19				
		Suisses	8'887	813	91	171	19			
		Etrangers	282	32	114	7	23			

Liste des illustrations

Illustration 1: Sportevent-Scorecard *Economie*

Illustration 2: Sportevent-Scorecard *Ecologie*

Illustration 3: Sportevent-Scorecard *Social*

Illustration 4: Sportevent-Scorecard *Ratios*

Illustration 5: Données de référence de la manifestation

Illustration 6: Aperçu des acteurs

Illustration 7: Région de Lausanne

Illustration 8: Aperçu des instruments d'identification / perception

Illustration 9: La manifestation à la lumière du modèle économique général

Illustration 10: Evaluation des effets totaux

Illustration 11: Aperçu du modèle écologique

Illustration 12: Personnes présentes à Athletissima 2001 selon leur rôle dans la manifestation

Illustration 13: Personnes présentes lors d'Athletissima 2001 selon la catégorie de visiteurs

Illustration 14: Importance de la manifestation dans la décision de voyage, pour spectateurs provenant de l'extérieur de la région (en %)

Illustration 15: Importance d'Athletissima dans la décision de venir à Lausanne, par catégorie de visiteurs (facteur-événementiel)

Illustration 16: Chiffre d'affaires engendré par l'organisateur et les entreprises participant à l'événement (sans les personnes) (en %)

Illustration 17: Chiffre d'affaires engendré par les flux des personnes dans l'agglomération lausannoise par lieu de dépense (en %)

Illustration 18: Chiffre d'affaires engendré par les flux de personnes à Lausanne par catégorie de dépenses (en %)

Illustration 19: Chiffre d'affaires engendré par les flux de personnes à Lausanne par catégorie de personnes (en %)

Illustration 20: Dépenses totales* par personne selon les groupes de personnes

Illustration 21: Dépenses totales* par personne selon catégorie d'hôtes

Illustration 22: Comparaison entre fréquences et participation à la création de valeur brute des différentes catégories de visiteurs (en %)

Illustration 23: Volume d'emplois engendré par la fréquentation de l'événement, par secteur de dépenses

Illustration 24: Nuitées engendrées par Athletissima dans la région de Lausanne, par catégories de personnes (en %).

Illustration 25: Chiffre d'affaires direct, l'intérieur et à l'extérieur de la manifestation (en %)

Illustration 26: Chiffre d'affaires direct par secteur (en %)

Illustration 27: Total de la création de valeur brute directe à et en dehors de la manifestation

Illustration 28: Volume d'emplois engendré par la manifestation

Illustration 29: Chiffre d'affaires indirect engendré en Suisse par l'organisateur et les entreprises-événement, selon le lieu des dépenses (en %)

Illustration 30: Chiffre d'affaires indirect engendré à Lausanne par l'organisateur et les entreprises-événement selon secteurs (en %)

Illustration 31: Chiffre d'affaires total engendré en Suisse par Athletissima selon les différents effets (en %)

Illustration 32: Création de valeur brute engendrée en Suisse par Athletissima selon les différents effets économiques

- Illustration 33:** Total du volume d'emplois engendrés par Athletissima dans la région et dans le reste de la Suisse
- Illustration 34:** Chiffre d'affaires généré par Athletissima dans l'agglomération lausannoise, par branche (en %)
- Illustration 35:** Total de création de valeur engendrée dans la région
- Illustration 36:** Occupation totale induite dans la région
- Illustration 37:** Effets d'Athletissima sur la balance des paiements de la Suisse
- Illustration 38:** Effets économiques d'Athletissima pour les pouvoirs publics
- Illustration 39:** Choix du moyen de transport (en %)
- Illustration 40:** Répartition de la distance totale, en % et par groupe de personnes
- Illustration 41:** Distance moyenne par personne selon groupes de personnes (aller et retour)
- Illustration 42:** Distance moyenne par personne selon catégories de personnes (aller et retour)
- Illustration 43:** Consommation d'énergie induite par la circulation selon catégories de personnes, en %
- Illustration 44:** Aperçu des effets par moyen de transport
- Illustration 45:** Aperçu des mesures réalisées
- Illustration 46:** Moyennes des approbations des questions relatives aux aspects sociaux d'Athletissima selon les spectateurs
- Illustration 47:** Satisfaction des spectateurs
- Illustration 48:** Perception des bénévoles vis-à-vis de leur activité à la manifestation
- Illustration 49:** Perception des bénévoles quant à leur activité au service de l'événement
- Illustration 50:** Participation future
- Illustration 51:** Ampleur moyenne du bénévolat
- Illustration 52:** Moyennes des approbations de la population locale sur les questions relatives aux aspects sociaux d'Athletissima
- Illustration 53:** Appréciation de l'image d'Athletissima par les spectateurs
- Illustration 54:** Appréciation de l'image de Athletissima par la population locale
- Illustration 55:** Perception de l'événement (image) : les spectateurs, l'organisateur et la population locale
- Illustration 56:** Sportevent-Scorecard Ratios

Bibliographie

- AIEST (1987): Der Einfluss von Grossveranstaltungen auf die nationale und regionale Fremdenverkehrsentwicklung. Vol. 28. St. Gallen, 1987.
- Brönnimann, M. (1982): Die touristische Bedeutung von Wintersport-Grossveranstaltungen. Bern, 1982.
- Hari, T./Rammelt, R. et al. (1998): Ökobilanz dreier Gedecktypen am Eidgenössischen Turnfest 1996 in Bern. FAU-Schriftenreihe 1. Zürich, 1998.
- Helbling, Th. (1990): Vernetzte Sicht einer Wintersport-Grossveranstaltung: Beurteilung der langfristigen Auswirkungen und Steuerungsmöglichkeiten aus regionaler Perspektive. Diplomarbeit Universität St. Gallen, 1990.
- Interconsulting Montreux (Scherly F.): Mémoire économique de la Fête des Vignerons 1999 de Vevey
- Jeanrenaud, C. (1999): The Economic Impact of Sport Events. CIES Université Neuchâtel, 1999.
- Keller, P./Vuffray, C. (2000): Die strategische Bedeutung von Satellitenkonten der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung für den Tourismus. In: Jahrbuch Schweizerische Tourismuswirtschaft. St. Gallen, 2000.
- Laesser, C./Ludwig, E. (1999): Auswirkungen von sportlichen Grossanlässen (Conceptual Framework). Institut für öffentliche Dienstleistungen und Tourismus (IDT) Universität St. Gallen. St. Gallen/Bern, 1999.
- Laesser, C./Ludwig, E. (1999): Event-Cockpit (Datenerfassungs- und Aggregationsraster). Institut für öffentliche Dienstleistungen und Tourismus (IDT) Universität St. Gallen. St. Gallen/Bern, 1999.
- Lamprecht, M./Stamm H. (2002): Sport zwischen Kultur, Kult und Kommerz. Zürich 2002.
- Kaplan R.S./Norton, D.P. (1997): Balanced Scorecard. Stuttgart, 1997.
- Maibach, M./Peter, D./Seiler, B. (1995): Ökoinventar Transporte, SPP Umwelt, Modul 5. INFRAS Zürich, 1995.
- Marggraf, R./Streb, S. (1997): Ökonomische Bewertung der natürlichen Umwelt: Theorie, politische Bedeutung, ethische Diskussion. Heidelberg, 1997.
- Mattanovich, E./Kaspar, R. (1998): Wintersport-Grossveranstaltungen in den Alpen. CIPRA, Vaduz, 1998.
- Meyer, B./Ahlert, G. (2000): Die ökonomischen Perspektiven des Sports. Schriftenreihe des Bundesinstituts für Sportwissenschaft, Band 100, Schorndorf, 2000.
- Müller, H. et al. (1997): Sportveranstaltungen und Umwelt - das Fallbeispiel Eidgenössisches Turnfest Bern 96. OK ETF Bern 96/Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) Universität Bern. Bern, 1997.
- Müller, H./Stettler, J. (1999): Ökonomische Bedeutung sportlicher Grossveranstaltungen. Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) Universität Bern. Bern, 1999.
- Rahmann, B./Weber, W. (1998): Sozio-ökonomische Analyse der Fussball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland: gesellschaftliche Wirkungen, Kosten-Nutzen-Analyse und Finanzierungsmodelle einer Sportgrossveranstaltung. Köln, 1998.
- Rütter, H./Guhl, D./Müller, H. (1996): Wertschöpfer Tourismus. Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) Universität Bern. Rüslikon/Bern, 1996.
- Rütter, H./Müller, H./Guhl, D./Stettler, J. (1995): Tourismus im Kanton Bern - Wertschöpfungsstudie. Berner Studien zu Freizeit und Tourismus, Bd. 34. Rüslikon/Bern, 1995.
- Stettler, J. (1997): Sport und Verkehr. Berner Studien zu Freizeit und Tourismus, Bd. 36. Bern, 1997.
- Stettler, J. (2000): Ökonomische Auswirkungen von Sportgrossanlässen, Literaturstudie. Institut für Tourismuswirtschaft (ITW) der Hochschule für Wirtschaft Luzern. Luzern, 2000.

Tamàs, O. (1997): Nutzung der Marke „Lauberhorn“ in der touristischen Vermarktung der Jungfrau-Region – Ein Markenkonzept. Diplomarbeit der Academia Engiadina Samedan, 1997.

Trosien, G. (1991): Die Sportbranche und ihre Geldströme. Frankfurt/Main, 1991.

Tschurtschenthaler, P. (1993): Methoden zur Berechnung der Wertschöpfung im Tourismus. In: Haedrich, G. et al. (Hrsg.): Tourismus-Management - Tourismus-Marketing und Fremdenverkehrsplanung, S. 213 - 241. Berlin/New York, 1993.

Unité d'Enseignement et de Recherche, Ecole des HEC Université de Lausanne: L'impact économique et de notoriété du Festival de Jazz de Montreux, Lausanne/Montreux 1996 et 2002

Weber et.al. (1995): Die wirtschaftliche Bedeutung des Sports. Schriftenreihe des Bundesinstituts für Sportwissenschaft, Band 81. Schorndorf, 1995.

Weinmann, G./Monnin, P. (1999): L'impact économique des manifestations sportives: Bilan des connaissances. Institut de recherches économiques et régionales Université de Neuchâtel/Wirtschaftswissenschaftliches Zentrum (WWZ) Universität Basel. Neuchâtel/Basel 1999.

Wenke, K.-G. (1987): Theorie der Wertschöpfung und der Wertschöpfungsrechnung. Dissertation Mainz, 1987.

Wunderle, N./Frey, R.L. (1999): Empirische Untersuchungen zur wirtschaftlichen Bedeutung sportlicher Grossveranstaltungen. Wirtschaftswissenschaftliches Zentrum Universität Basel. Basel, 1999.