

**Zeitschrift:** Mobile : la revue d'éducation physique et de sport  
**Herausgeber:** Office fédéral du sport ; Association suisse d'éducation physique à l'école  
**Band:** 5 (2003)  
**Heft:** 3

**Artikel:** Un rendez-vous incontournable  
**Autor:** Meier, Barbara / Delapierre, Jacky  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-996033>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 28.12.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**



# Un rendez-vous

Événement phare en Suisse romande, Athletissima est l'un des sept grands rendez-vous sportifs analysés dans le cadre du projet «Impact économique des grandes manifestations sportives en Suisse». But de l'opération: déterminer le poids de l'événement en termes de retombées économiques, mais aussi sociales et écologiques.

Barbara Meier

**P**ropulsé au rang de meeting du Grand Prix en 1987, Athletissima est l'une des quatorze plus grandes manifestations sportives qui se déroulent chaque année dans notre pays. En Suisse romande, il occupe même la pole position. L'édition 2001, analysée dans le cadre de l'étude susmentionnée, s'est classée au 5<sup>ème</sup> rang mondial des meetings d'athlétisme.

## Economie: 64 francs par personne

Athletissima est, avec un budget qui avoisine les 2,5 millions de francs, une manifestation aux enjeux financiers importants. Les 350 athlètes engagés attirent quelque 15 000 spectateurs au stade de la Pontaise. La manifestation draine aussi 420 représentants des médias, une centaine d'entraîneurs et accompagnants, ainsi que 600 bénévoles. 72 % des personnes présentes à Athletissima sont des visiteurs d'un jour venus tout

spécialement à Lausanne pour le meeting; 17 % sont des indigènes. Les dépenses moyennes par personne – athlètes, spectateurs, accompagnants et journalistes – s'élèvent à 64 francs, 41 francs étant directement déboursés lors de la manifestation. L'événement génère 2900 nuitées, la majorité (1750) étant à mettre sur le compte des spectateurs. Au total, le chiffre d'affaires direct réalisé dans la région se monte à 3,22 millions de francs, dont 2,84 millions sur le site de la manifestation.

## Ecologie: la voiture-reine

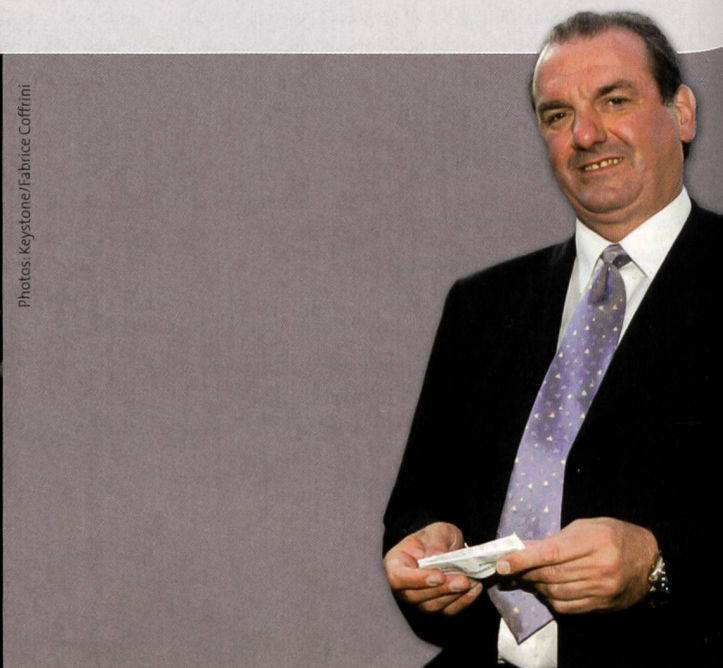
Une vaste fraction (60 %) des personnes qui se rendent à Athletissima utilisent la voiture; 27 % seulement optent pour les transports en commun. La circulation est ainsi la principale cause de nuisances écologiques liées à la manifestation. En moyenne, les différents acteurs parcourent 262 km. Les athlètes viennent largement en tête avec 4000 km, ce qui n'est pas une surprise au vu du programme des compétitions. Les journalistes effectuent pour leur part 212 km en moyenne, et les spectateurs 117 km. Conscients du problème, les organisateurs du meeting lausannois ont élaboré un concept relatif à la circulation.

## Aspects sociaux: bien ancré dans la région

Pour évaluer les retombées sociales de la manifestation 2001, les spectateurs, les bénévoles et la population locale ont été interrogés par le biais de questionnaires.

Les spectateurs estiment qu'Athletissima a tout à fait répondu à leurs attentes et lui attribuent la note de 4,6 sur une échelle de 1 à 5. L'enthousiasme suscité par la manifestation se

Photos: Keystone/Fabrice Coffrini





# incontournable

traduit également dans l'appréciation du rôle d'Athletissima: les personnes interrogées soulignent d'une part la fonction de modèle que l'événement revêt pour les jeunes et, d'autre part, la stimulation qu'il exerce sur la pratique du sport en général; les effets négatifs liés au sport de pointe, comme les risques pour la santé des athlètes ou le dopage, n'ont guère été mis en avant.

Les 600 bénévoles engagés dans le cadre d'Athletissima jouent un rôle central dans la réussite de la soirée. Questionnés sur leur activité lors du meeting, ils jugent eux aussi la manifestation très positive. Parmi les motifs de satisfaction, ils soulignent avant tout le sentiment d'avoir participé à un événement important et d'avoir apporté une contribution positive pour la société, ainsi que le fait de rencontrer des gens de tous horizons. En moyenne, chaque bénévole a travaillé 23 heures, essentiellement dans le cadre de la préparation. La plupart (85 %) se déclare prête à revenir pour une prochaine édition.

Si la population locale est la première à profiter directement des retombées positives d'une manifestation d'envergure, c'est elle aussi qui doit en supporter les éventuelles nuisances. Ici encore, l'impression générale est très bonne, ce qui est capital pour l'existence du meeting à long terme. 48 % des habitants de la région lausannoise ont déjà assisté au moins une fois à Athletissima en qualité de spectateurs. Dans l'ensemble, le meeting est considéré comme un événement «divertissant», «sympathique» et «bon pour l'image de la région». **m**

**Les résultats** ci-dessus sont tirés de l'étude réalisée par Francis Scherly, Interconsulting Montreux/UERT HEC, [interconsult@vtx.ch](mailto:interconsult@vtx.ch) / Michael Breiter, Unité d'Enseignement et de Recherche en Tourisme Ecole des HEC, [michael.breiter@hec.unil.ch](mailto:michael.breiter@hec.unil.ch). Vous trouverez de plus amples informations sous [www.sportevent-scorecard.ch](http://www.sportevent-scorecard.ch) et [www.athletissima.ch](http://www.athletissima.ch)

## LE POINT

### «Notre succès tient à la crédibilité du meeting.»

**«mobile»:** Vous paraissiez sceptique lors du lancement de cette étude relative à Athletissima. Quelle est votre position aujourd'hui? Jacky Delapierre: J'étais sceptique, car il me semblait que les manifestations étudiées avaient très peu de points communs. Ce qui rend les comparaisons difficiles. Cependant, du point de vue environnemental, elle montre que le problème des transports est un souci commun à tous les organisateurs. Elle confirme que l'accès aux stades et aux lieux de compétitions doit être repensé et constituer un sujet de réflexion permanente. La Praille à Genève ou le Stade de France à Paris sont des exemples à suivre dans ce domaine.

Les chiffres et différentes évaluations très positives dans l'ensemble ont-ils été d'une quelconque aide dans l'acquisition de sponsors pour l'édition 2003? Sincèrement, non. Les sponsors ont d'autres priorités et tiennent

peu compte de ce genre d'études. Ce qu'ils recherchent avant tout, c'est un retour sur leurs investissements.

**Avez-vous adopté des mesures spéciales concernant les transports pour l'édition de cette année?** Oui. Nous sommes en tractations avec les CFF pour trouver des forfaits entrées-transports. Nous essayons toujours de trouver des solutions pour améliorer l'accès au stade et encourageons les spectateurs à emprunter les transports publics.

**Votre meeting a conquis une place de choix dans le gotha de l'athlétisme mondial. Quelle est la recette du succès? Quels sont les objectifs que vous comptez encore atteindre?** Notre succès tient à la crédibilité du meeting. Nous n'avons jamais triché avec le public. Les promesses faites ont toujours été tenues. Le plateau est chaque année très riche et les con-

naisseurs savent qu'ils verront du grand spectacle. Notre point faible est la communication. Nous sommes pour cela en train d'établir un plan de communication. La promotion pourrait aussi être meilleure. Mais une telle campagne coûte cher et nous tenons à notre équilibre budgétaire.

**Par rapport à la politique des prix d'entrée, est-il vrai que les jeunes jusqu'à 16 ans ne paient pas?** Les mille premiers jeunes entrent gratuitement. C'est unique en Suisse.

**Jacky Delapierre** est le patron du meeting «Athletissima», [jdelapierre@athletissima.ch](mailto:jdelapierre@athletissima.ch)





TONIQUE - LÉGÈRE - AMBITIEUSE



La **PUMA Extol** est un modèle d'entraînement mixte route et chemin pour coureuses universelles ou légèrement pronatrices à la recherche d'un excellent amorti et d'une stabilité accrue.

complete

  
**PUMA**  
puma.com