

Analyse d'impact de la Coupe du Monde Hommes de ski alpin 2012 sur la station hôte de Crans-Montana

Travail de Bachelor pour l'obtention du Bachelor of science HES-SO en Tourisme

Réalisé par

Sarah Merminod

Professeur responsable

Dr. Marc Schnyder

Expert

Marius Robyr

Organisation des courses de
Coupe du Monde Hommes 2012 à Crans-Montana

Travail déposé le 8 juillet 2012 à Sierre

HES-SO Valais

Domaine Économie & Services, filière Tourisme

Résumé

Suite à la tenue d'une étape de la Coupe du Monde Hommes de ski alpin à Crans-Montana du 24 au 26 février 2012, le Comité d'organisation a souhaité en connaître l'impact sur la station. En effet, ces compétitions internationales attirent toujours un public nombreux et sont une véritable vitrine pour les régions qui les accueillent. Mais ces dernières profitent-elles de l'évènement forcément de manière positive ? Les dépenses des visiteurs, du Comité d'organisation et des bénévoles ont été analysées sur la base de données primaires, à partir de nombreuses communications personnelles et d'enquêtes réalisées directement auprès des différents publics. Toutes ces dépenses constituent l'impact direct de la Coupe du Monde de ski auquel a ensuite été appliqué un multiplicateur régional pour déterminer son impact total et par déduction ses impacts indirects et induits. Mais l'économie locale n'est pas la seule à bénéficier des répercussions de l'évènement et le travail présenté ici survole aussi certains autres impacts engendrés par la Coupe du Monde de ski.

Mots clés : Coupe du Monde Hommes de ski alpin, Crans-Montana, impact économique, multiplicateur régional

Avant-propos et remerciements

Depuis toujours passionnée de sport, je suis entrée à l'Ecole Suisse de Tourisme il y a trois ans avec en tête l'idée de faire carrière dans le management sportif. La ferveur, l'adrénaline, les émotions et la fraternité provoquées par le sport, que l'on soit participant ou spectateur, sont des éléments qui m'ont toujours enthousiasmée tout en m'intriguant. Unificateur ou parfois source de conflits, le phénomène sportif ne peut en aucun cas être ignoré. Il a traversé les temps et marqué toutes les populations, de l'empire romain à nos jours. Lorsqu'il a fallu choisir un sujet d'étude pour notre travail de bachelor, c'est en toute logique que j'ai recherché un thème en lien avec ma passion.

Engagée comme bénévole pour la Coupe du Monde de ski à Crans-Montana l'hiver dernier, j'ai eu écho que le Comité d'organisation souhaitait connaître l'impact de leur évènement sur la station. L'idée d'étudier un évènement par lequel je me sentais concernée m'a tout de suite motivée et je me suis aussitôt proposée pour effectuer cette analyse d'impact. L'aventure « TB » était lancée.

Ainsi, l'objet de la présente analyse porte sur l'étape de Coupe du Monde Hommes de ski alpin qui a eu lieu à Crans-Montana du 24 au 26 février 2012. M. Marius Robyr, président du Comité d'organisation de l'évènement, m'a dès lors mandatée, moi, Sarah Merminod, étudiante à la HES-SO Valais en filière tourisme, l'enjeu étant de déterminer l'impact principalement économique de ladite compétition sur la station hôte.

A ce jour, je remercie les personnes qui m'ont aidée dans la réalisation de ce travail de bachelor, à savoir :

- M. Marius Robyr et les autres membres du Comité d'organisation des courses hommes 2012 à Crans-Montana pour leurs précieuses informations ;
- Mon professeur responsable, Dr. Marc Schnyder pour son suivi et ses conseils ;
- Les étudiants de la HES-SO Valais venus m'aider à faire remplir les questionnaires aux spectateurs lors de l'évènement (Lola Guignard, Florence Sahli, Tania Viaccoz, Melissa Verme et Guillaume Pot) ;
- Ma mère Marlène Tissot et mon amie Maud Grossgläuser pour leurs corrections ;
- Ainsi que toutes les autres personnes qui m'ont soutenue d'une manière ou d'une autre durant l'élaboration de ce travail.

Table des matières

Résumé	i
Avant-propos et remerciements	ii
Liste des tableaux	v
Liste des figures	vi
Introduction.....	1
1. Contexte.....	2
1.1. Définition d'un évènement sportif.....	2
1.1.1. Les différents types d'évènements sportifs.....	3
1.1.2. L'environnement macro-économique des évènements sportifs	4
1.2. La Coupe du Monde FIS de ski alpin	6
1.2.1. Généralités	6
1.2.2. Historique des Coupes du Monde de ski alpin à Crans-Montana.....	7
1.2.3. Profil de l'évènement 2012	8
1.2.4. Organisation de la Coupe du Monde Hommes de ski alpin 2012 à Crans-Montana	9
1.2.5. Les grands défis de l'organisation : l'hébergement et le transport	9
1.2.6. Chiffres-clés de l'étape	10
2. Méthodologie de la recherche.....	10
2.1. Définition de l'analyse d'impact.....	11
2.2. Cadrage	12
2.2.1. Délimitation géographique	12
2.2.2. Délimitation temporelle	13
2.3. Le multiplicateur régional	14
2.3.1. Calcul de l'impact primaire.....	17
2.3.2. Calcul de l'impact secondaire : application du multiplicateur.....	19
2.4. Les limites de la méthode	19
2.5. Collecte des données	20
2.5.1. Les données primaires	20
2.5.2. Les données secondaires.....	23
2.5.3. Stratégie d'évaluation	23
3. Résultats de la recherche	23
3.1. Impact primaire	24
3.1.1. Les dépenses du Comité d'organisation.....	25
3.1.2. Les dépenses des visiteurs	27

3.1.3.	Les dépenses des bénévoles	31
3.1.4.	L'impact direct total de la Coupe du Monde Hommes de ski alpin 2012	32
3.1.5.	Les impressions des commerçants	33
3.2.	Impact secondaire et impact total	33
3.3.	Autres impacts	34
3.3.1.	Impacts socioculturels	35
3.3.2.	Impacts marketing	36
3.3.3.	Impacts sur les infrastructures	39
3.3.4.	Impacts médiatiques	39
3.3.5.	Impacts négatifs	41
3.4.	Synthèse des résultats de l'analyse d'impact	41
	Conclusion	42
	Références	44
	Annexe I : Historique des Courses de ski à Crans-Montana	46
	Annexe II : Tracés des pistes et zones spectateurs	47
	Annexe III : Aménagement de l'aire d'arrivée, au bas de la piste Nationale	48
	Annexe IV : Organigramme général du Comité d'organisation 2012	49
	Annexe V : Questionnaire pour l'enquête en face-à-face auprès des spectateurs	50
	Annexe VI : Questionnaire pour l'enquête par courrier postal auprès des bénévoles	52
	Annexe VII : Questionnaire pour l'enquête en ligne auprès des commerçants de Crans-Montana	54
	Annexe VIII : Questionnaire pour l'enquête en ligne auprès des fédérations nationales de ski	55
	Annexe IX : Types de commerces ayant répondu à l'enquête	56
	Annexe X : Influence de la Coupe du Monde de ski 2012 sur les affaires des commerçants de Crans-Montana	56
	Annexe XI : Augmentation du chiffre d'affaires des commerçants de Crans-Montana suite à la Coupe du Monde de ski 2012	57
	Annexe XII : Durée de l'influence de la Coupe du Monde de ski 2012 sur les affaires des commerçants de Crans-Montana	57
	Annexe XIII : Avis des commerçants quant aux avantages d'accueillir la Coupe du Monde de ski 2012 à Crans-Montana	57
	Annexe XIV : Présence médiatique	58

Liste des tableaux

Tableau 1. Classification des grands évènements sportifs	3
Tableau 2. Typologie des évènements sportifs (Gresser & Bessy, 1999)	4
Tableau 3. Les différents multiplicateurs régionaux en Suisse, selon le type de région (Frey/Häusel, 1983).....	15
Tableau 4. Répartition des dépenses du Comité d'organisation.....	25
Tableau 5. Sélection des spectateurs non-résidents venus exprès pour l'évènement : tableau croisé des variables « but de la venue » et « retour potentiel à Crans-Montana »	28
Tableau 6. Les différentes strates de spectateurs : tableau croisés des variables « profession » et « composition du groupe »	29
Tableau 7. Dépenses journalières moyennes par strate et par personne (en CHF).....	29
Tableau 8. Calcul des dépenses totales des spectateurs (en CHF)	30
Tableau 9. Calcul des dépenses totales des bénévoles (en CHF)	32
Tableau 10. Tableau récapitulatif de l'impact économique	41

Liste des figures

Figure 1. L'environnement macro-économique des événements sportifs	5
Figure 2. Chiffres-clés de la Coupe du Monde de ski alpin 2012 à Crans-Montana	10
Figure 3. Délimitation du territoire d'analyse : la station de Crans-Montana	13
Figure 4. Les quatre phases d'un événement sportif	14
Figure 5. L'effet du multiplicateur : la chaîne de création de valeur	16
Figure 6. Répartition du financement de la Coupe du Monde de ski alpin 2012 à Crans-Montana	26
Figure 7. Répartition des strates de bénévoles non-résidents selon la variable « profession »	31
Figure 8. Mots cités par les spectateurs pour résumer l'image que leur a laissée la Coupe du Monde Hommes de ski alpin 2012 à Crans-Montana	35
Figure 9. Mots cités par les bénévoles pour résumer l'image que leur a laissée leur expérience à la Coupe du Monde Hommes de ski alpin 2012 à Crans-Montana	36
Figure 10. Notoriété de la station de Crans-Montana	37
Figure 11. Pourcentage de personnes pensant revenir ou non à Crans-Montana	38
Figure 12. Les types de médias utilisés par les spectateurs pour suivre la Coupe du Monde de ski alpin le reste de l'année	40

Introduction

Du 24 au 26 février 2012, la station de Crans-Montana a accueilli une étape de la Coupe du Monde Hommes de ski alpin. Cela faisait quatorze ans que l'élite masculine mondiale du cirque blanc n'avait pas posé ses lattes sur les pistes de la station valaisanne. Pour l'occasion, le Comité d'organisation, présidé par M. Marius Robyr, voulait créer un événement à la hauteur des champions qu'il s'apprêtait justement à recevoir. Et qui dit événement de grande envergure, dit impact sur la région d'accueil. Cet impact peut être plus ou moins important selon sa portée sur l'économie locale et peut constituer un argument de taille pour les organisateurs de manifestations sportives afin par exemple de justifier un budget ou un investissement. Dans la présente analyse, il s'agit de vérifier l'hypothèse selon laquelle la Coupe du Monde Hommes de ski alpin 2012 a eu un impact sur la station hôte de Crans-Montana et d'en déterminer l'impact économique principalement. L'évènement en question y est par conséquent décortiqué avec une approche qui se veut scientifique, objective et essentiellement économique. L'analyse s'appuie donc sur des outils d'analyse éprouvés ainsi que sur de nombreuses données récoltées à la source.

Dans un premier temps, ce travail resitue l'évènement sportif de façon générale dans son contexte, aussi bien typologique que macro-économique car la compréhension de l'environnement dans lequel celui-là s'inscrit est primordiale avant d'aborder une analyse d'impact. Dans un deuxième temps, la Coupe du Monde de ski alpin est expliquée plus en détails pour terminer sur quelques informations plus spécifiques à l'étape concernée de Crans-Montana.

Suite à cela, l'étude se plonge dans la partie théorique de l'analyse en expliquant la méthodologie utilisée. Ce deuxième chapitre permet alors de fixer d'une part le cadre spatio-temporel de l'analyse d'impact et d'autre part d'en comprendre le processus. De nombreux auteurs sont cités et leurs avis parfois divergents rendent compte de la complexité que représente une telle analyse. Les aspects auxquels il convient de porter une attention particulière sont explicités et un accent est mis sur la récolte des informations primaires, essentielles pour déterminer l'impact économique de n'importe quel évènement, infrastructure ou action.

Finalement, les résultats obtenus sont mis en lumière dans une troisième et dernière partie. Les calculs permettant de déterminer l'impact total de la Coupe du Monde Hommes de ski alpin 2012 sur la station de Crans-Montana sont détaillés en partant des dépenses des visiteurs et du Comité d'organisation jusqu'à l'application du multiplicateur régional.

Quelques impacts autres qu'économiques sont évoqués en fin de chapitre, puis l'analyse s'achève sur une synthèse des effets évalués.

1. Contexte

Afin de bien situer l'étude, le présent chapitre aborde en premier lieu l'évènement sportif dans son ensemble, mettant en avant les diverses caractéristiques de l'évènement sportif et l'environnement macro-économique dans lequel il s'inscrit. Dans un deuxième temps, la mise en contexte s'attarde plus particulièrement sur la Coupe du Monde FIS de ski alpin, ses aspects généraux et son histoire avec la station de Crans-Montana, de ses débuts à l'édition 2012 présentement analysée.

1.1. Définition d'un évènement sportif

D'après la définition que donne Ferrand, « un évènement sportif est un fait social puissamment médiatisé, dont l'impact auprès des différents publics est lié à l'incertitude du résultat de l'action des différents acteurs placés dans une situation d'exploit, de performance ou de compétition. » (ainsi cité dans Brighenti, Clivaz, Délétroz et Favre, 2005, p.15). Cette incertitude est l'essence même de tout évènement sportif et lui donne tout son sens. En effet, les spectateurs de la Coupe d'Europe de football suivraient-ils toujours le tournoi s'ils en connaissaient déjà l'issue ? Le fait de ne pas pouvoir garantir le résultat est ce qui mobilise les foules et les fait vibrer. Les émotions sont en effet indissociables du spectacle sportif comme le font remarquer Desbordes et Falgoux qui associent clairement l'aspect festif à la définition de l'évènement sportif, décrivant ce dernier comme un

rassemblement de spectateurs pour regarder l'accomplissement de la performance, l'encourager et l'apprécier publiquement par des applaudissements et des cris. [...] C'est un mélange de spectacle, d'exploit, de compétition et d'à-côtés qui rendent l'ensemble plus varié, plus spectaculaire, plus esthétique, plus convivial... plus festif. (2007, p. 30).

Pour ces deux auteurs, « il existe une véritable cohérence entre le sport et la fête » puisque l'évènement sportif est « une occasion privilégiée de débridement des émotions collectives, parce qu'il métamorphose les apparences et esthétise la vie collective. » (2007, p. 31). En associant ces deux visions de l'évènement sportif on se rend compte qu'elles se complètent. Les aspects d'animations annexes permettent à l'organisateur d'avoir une certaine emprise sur la satisfaction du spectateur qui ne peut être garantie par la seule performance sportive. La Coupe du Monde de ski alpin de Crans-Montana répondait tout à fait à ces critères puisque, en marge des compétitions de ski, le Comité d'organisation avait

mis en place diverses animations, en périphérie de l'aire d'arrivée ou au cœur même de la station pour « faire de cet évènement une toute grande fête du ski » (Pitteloud, 2012, p.10).

1.1.1. Les différents types d'évènements sportifs

La définition générale étant établie, il convient de distinguer les différents types d'évènements existants. Ceux-ci peuvent être classés selon leur taille ou leur notoriété. Brand répartit les évènements de plus grande importance en trois catégories : les méga-évènements, les Hallmark évènements et finalement les évènements de grande envergure (2003, pp. 18-19). Le tableau ci-dessous donne un aperçu de leurs principales caractéristiques.

Tableau 1. Classification des grands évènements sportifs

Indice :	Les méga-évènements	Les Hallmark évènements	Les évènements de grande envergure
Envergure	Internationale	Internationale	Internationale
Taille	Très grand	Grand	De plus petite taille
Durée	Limitée	Limitée	Limitée
Nombre de visiteurs	Au moins 1 million	Au moins 5'000	Variable
Type d'évènement	Évènements sportifs	Ne désignent pas uniquement des évènements sportifs. Il peut s'agir d'évènements culturels.	Évènements sportifs
Apport	Ils sont tellement grands qu'ils affectent l'économie entière d'un pays.	Ils sont développés pour augmenter la profitabilité d'une région ou d'un pays.	Ils génèrent aussi bien des impacts économiques que sociaux et écologiques.
Exemples	Seuls les Jeux Olympiques et la Coupe du Monde de Football correspondent à cette catégorie.	Le Tour de France	Athlétissima

Source : (Brand, 2003, p. 19)

Cette classification n'est cependant pas la seule possible. Le tableau ci-après montre une différenciation des évènements sportifs sur la base d'autres critères, mettant en avant leur dimension institutionnelle en même temps que l'ancienneté des compétitions et le public drainé. Les coupes du monde et autre championnats nationaux et internationaux sont alors clairement différenciés des autres évènements plus populaires et dont la date de création est généralement assez récente.

Tableau 2. Typologie des événements sportifs (Gresser & Bessy, 1999)

	Grands événements sportifs internationaux	Événements sportifs internationaux	Événements types spectacles et "shows"	Nouvelles manifestations sportives de masse	Raids ou défis aventures
Dates de création	Ancienne		Récente		
Origine et temporalité	Institutionnelle avec calendrier		Marchande ponctuelle	Associative / marchande sans calendrier ou //	
Participants / objectifs spectateurs organisation	Sport spectacle / sport de compétition Promotion d'une fédération		Spectacle Promo d'une pratique	Exploration / rencontre / découverte	Évasion/ sensations...
Milieu	Standardisation normalisation équipement classique		Non standardisé	Non standardisé urbain ou naturel	Incertitude ou hostilité
Mode de fonctionnement	Règlementations codifications strictes		Souple et variable Management adapté à chaque manifestation		
Motricité	Très codifié par rapport à une performance max		Codifié mais aussi de style libre et inventif		
Innovation	Dans le domaine de la mesure et de la gestion		En rapport avec différentes variables: temps, espace, participants		
Public	Acteurs sélectionnés, plus de spectateur		Élite pour spectateur	Acteurs non sélectionnés plus d'acteurs	
Partenaires
Médiatisation
Exemples	JO, coupes du monde, Roland Garros	Championnats nationaux	Open Swatch, Fun Board de Bercy...	Marathon de Paris NY... La Transjurassienne	Raid Gauloise Défi girondin

Source : (Desbordes & Falgoux, 2007, p. 32)

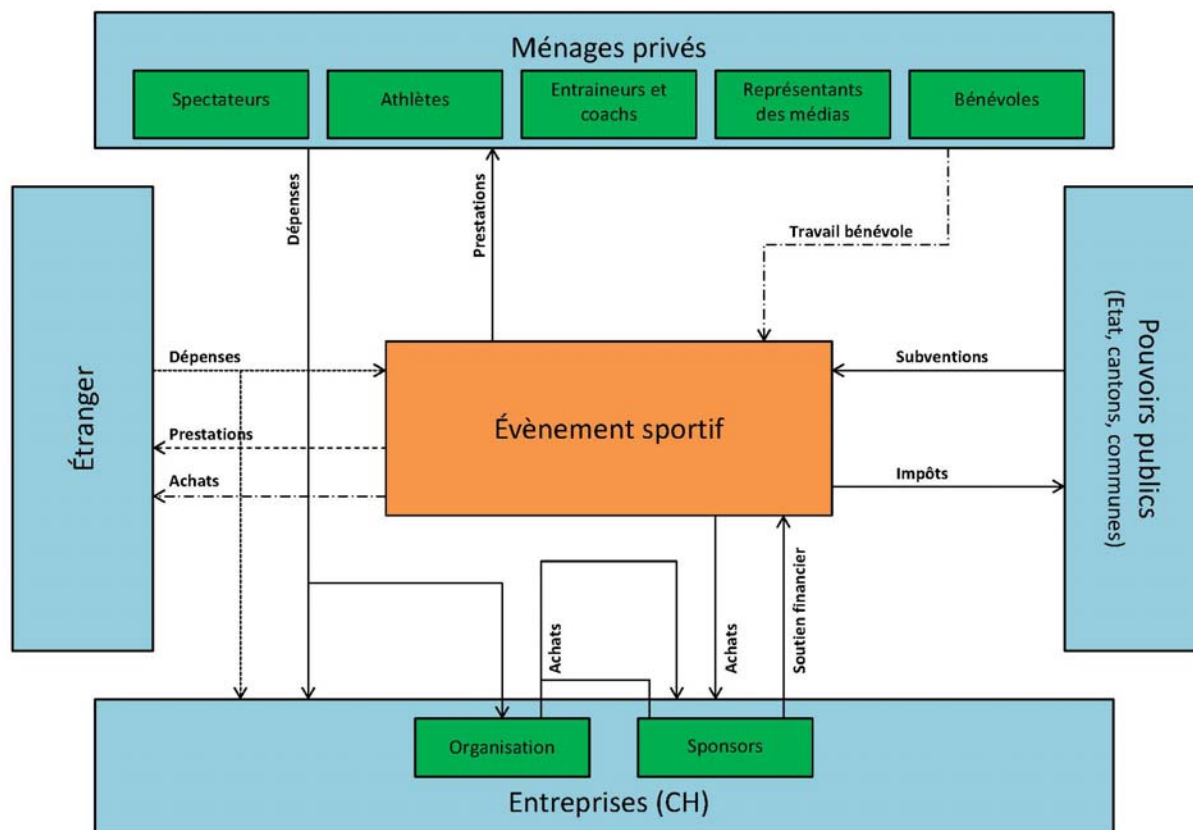
En considérant ces deux tableaux, la Coupe du Monde de ski alpin qui eut lieu en 2012 à Crans-Montana se place dans la catégorie des événements de grande envergure. En effet, même s'il semble répondre aux critères des Hallmark événements, sa portée sur l'économie n'est pas assez vaste pour être considéré comme tel. Les bénéfices se révèlent surtout locaux voire régionaux, comme il sera démontré dans la suite de ce travail. Pour ce qui est des caractéristiques mises en avant dans le tableau de Gresser et Bessy, la Coupe du Monde de ski se situe clairement dans la classe des grands événements internationaux, spécialement en raison de son contexte très institutionnalisé, puisque chaque étape doit impérativement répondre aux exigences fixées par la Fédération Internationale de Ski (FIS). En plus de cela, les compétitions sont vraiment réservées à une élite et elles attirent des foules très importantes par rapport au nombre d'athlètes sélectionnés pour participer.

1.1.2. L'environnement macro-économique des événements sportifs

Comme le souligne Brand dans le tableau des typologies d'événements abordé précédemment, les grands événements ont généralement un impact important sur la région hôte (2003, p. 19). Ce dernier peut être soit politique, économique, socioculturel, environnemental, sportif ou encore médiatique. Toutefois, malgré la diversité des effets produits par un événement sportif, lorsqu'il s'agit de décider du financement d'un projet, « ce sont surtout les effets économiques qui sont privilégiés » (Charrier & Jourdan, 2009, p.46).

En effet, l'évènement sportif s'inscrit dans un contexte macroéconomique où les flux monétaires et les acteurs sont nombreux, comme le démontre le schéma ci-après.

Figure 1. L'environnement macro-économique des évènements sportifs



Source : (Stettler, Rütter, Linder et al., 2005, p. 13)

Stettler, Rütter, Linder et al. (2005, p. 13) commentent ce schéma de la manière suivante:

- Les ménages privés dépensent leur argent lors de l'évènement. En contrepartie, ils profitent des possibilités de travail et de revenu proposées par l'évènement, surtout en ce qui concerne les athlètes, les entraîneurs et coaches ainsi que les représentants des médias qui reçoivent entre autres un salaire. Les bénévoles jouent également un rôle important, puisqu'ils viennent y travailler gratuitement.
- Les pouvoirs publics, de leur côté, soutiennent financièrement l'évènement grâce notamment à des subventions. En retour, ils perçoivent des impôts et des taxes.
- Les entreprises basées en Suisse financent l'évènement à travers le sponsoring. En contrepartie, elles bénéficient des achats du Comité d'organisation ou des exposants présents sur le site de l'évènement. Si les athlètes, les entraîneurs et coaches, ainsi que les représentants des médias sont inclus dans les ménages privés pour leurs dépenses personnelles, ils font toutefois partie de la catégorie des entreprises

lorsque le budget de l'organisation elle-même est engagé (par exemple les dépenses des fédérations pour les équipes nationales).

- Pour les événements d'envergure internationale, les acteurs situés à l'étranger ont aussi leur importance : d'une part, des recettes sont enregistrées grâce aux dépenses des spectateurs étrangers ; d'autre part, des dépenses sont engendrées par le fait qu'il faut importer du matériel ou distribuer des *prize money* aux athlètes résidant au-delà des frontières.

Finalement, comme le relèvent Charrier et Jourdan, « Dans ce cadre [économique], l'impact touristique est évidemment valorisé puisque l'évènement, surtout s'il a un certain rayonnement, provoque un flux de touristes nationaux ou internationaux qui viendront consommer sur le territoire où se déroule l'évènement. » (2009, p. 46). Mais « Quelle que soit l'importance de l'évènement, l'argument reste le même : il contribue positivement au développement de sa région. » (Chappelet, 2004, p. 9). D'où l'attrait prononcé des organisateurs d'évènements ou des autorités locales à connaître et à démontrer cet impact. « L'enjeu est de montrer une image positive afin de valoriser un territoire, une région, dans l'espoir d'attirer des entreprises et d'obtenir un impact économique important. » (Desbordes & Falgoux, 2007, p. 57).

1.2. La Coupe du Monde FIS de ski alpin

1.2.1. Généralités

La Coupe du Monde FIS de ski alpin, plus communément appelée simplement Coupe du Monde de ski, est « considérée comme la compétition de ski alpin la plus importante, au même stade que les Jeux Olympiques d'hiver et les championnats du monde FIS de ski alpin. » (Lang, 2012). Le circuit existe depuis 1966 et consiste en une série de courses réparties sur toute la saison. Les coureurs accumulent des points à chaque événement dans l'espoir de gagner au classement général et ainsi remporter le si convoité *Globe de Cristal*. Aujourd'hui, la Coupe du Monde de ski compte cinq disciplines alpines : le slalom, le slalom géant, le super-G, la descente et le super combiné. La saison commence généralement à la fin octobre à Sölden, en Autriche, pour se terminer à la mi-mars dans les Alpes ou en Scandinavie. Depuis son lancement, la Coupe du Monde de ski alpin a été accueillie dans plus d'une centaine de stations de ski réparties dans 24 pays. Les étapes se déroulent généralement dans des stations de ski célèbres des Alpes mais aussi d'autres régions du monde comme la Scandinavie, l'Amérique du Nord et l'Extrême Orient (Lang, 2012).

D'après les explications données par M. Marius Robyr, président du Comité d'organisation (CO) des courses de Coupe du Monde Hommes de ski alpin à Crans-Montana, la station hôte doit suivre un processus établi afin d'accueillir une étape de Coupe du Monde (communication personnelle, 13 juin 2012). Elle doit en premier lieu s'annoncer à Swiss-Ski, soit la fédération nationale de ski. Swiss-Ski évalue ensuite la station et décide si elle remplit les critères de sélection, si ses pistes sont de qualité et si le comité d'organisation est fiable. Finalement, la proposition est présentée à la FIS, l'instance suprême qui prendra la décision finale. En effet, comme le notent Desbordes et Falgoux « leur [les fédérations] aval est nécessaire pour que la compétition soit officielle et que les performances soient homologuées, enregistrées. » (2007, p. 48). Vient ensuite l'étape vraisemblablement la plus ardue : celle du calendrier. Selon M. Robyr, « c'est là qu'il faut se battre, on doit être les meilleurs » (communication personnelle, 13 juin 2012). En effet, les courses sont réparties par pays selon le nombre de coureurs que possède chaque nation. Ainsi, la Suisse se voit attribuer par la FIS deux courses hommes et deux courses femmes par année. Un système de tournus est mis en place entre les stations désirant accueillir une compétition, à moins bien sûr d'avoir le grade de *classique*, comme par exemple les étapes d'Adelboden et de Wengen. Déjà au calendrier de la première Coupe du Monde en 1967, elles sont aujourd'hui considérées comme « des monuments » (Lang, 2012). Elles sont pour cela déjà bien implantées dans le calendrier des Coupes du Monde, ce qui rend d'autant plus difficile le fait d'y placer d'autres stations hôtes.

Suite à l'édition 2012, Crans-Montana a été désignée pour accueillir des courses dames en 2014 et en 2016 et la station valaisanne est en première position sur la liste d'attente pour les Coupes du Monde masculines (M. Robyr, communication personnelle, 13 juin 2012). D'après le président du CO M. Robyr, Crans-Montana devrait devenir une classique dès 2017 (M. Robyr, communication personnelle, 13 juin 2012).

1.2.2. Historique des Coupes du Monde de ski alpin à Crans-Montana

Crans-Montana entretient une longue histoire avec les courses de ski. Comme le résume le tableau situé dans les annexes de ce travail (annexe I), la première compétition de ski alpin de l'histoire de la station se déroule en 1911, du glacier de la Plaine Morte jusqu'à Montana. En 1977, soit une dizaine d'années après le lancement officiel du circuit de Coupe du Monde FIS, la station valaisanne accueille sa première étape mondiale féminine. Puis, 2 ans plus tard, les hommes prennent possession des pentes de Crans-Montana pour leur Coupe du Monde. Dès lors, plusieurs compétitions s'enchaînent au fil des saisons de ski jusqu'à la consécration en 1987 avec l'accueil des Championnats du Monde. Cet épisode fut

un succès énorme pour la station, voyant triompher les athlètes helvétiques qui remportèrent « huit titres mondiaux, sur les dix attribués. » (Cajoux, 2012, p. 42).

Après 1987, la station reste plus en retrait du calendrier international jusqu'en 2007, où elle commence à revenir sur les devants de la scène du cirque blanc, grâce notamment à plusieurs mesures prises pour atteindre cet objectif. En effet, quelques années auparavant, soit en 2003, a lieu la première discussion à ce sujet, menée par M. Jean-Michel Cina, alors Conseiller national. Le thème central est justement l'accueil des courses de ski internationales à Crans-Montana. En 2005 et 2006, la station entreprend les premiers travaux pour accueillir d'abord une Coupe d'Europe en 2007 puis une Coupe du Monde féminine en 2008. Aujourd'hui, canton, commune et remontées mécaniques sont unanimement d'accord sur le but de « mettre en évidence la station pour les coupes de ski. » (M. Robyr, communication personnelle, 13 juin 2012). Plus encore, avec l'édition 2012, la station de Crans-Montana veut faire renaître l'ambiance incroyable qui régna lors des Championnats du Monde en 1987 (Cajoux, 2012, p. 42).

1.2.3. Profil de l'évènement 2012

Initialement, Crans-Montana doit accueillir deux courses, soit un Super-G le samedi et un Slalom Géant le dimanche. Or, suite à l'annulation du Super-G de Kitzbühel, la station récupère cette manche et étoffe ainsi son programme avec une compétition de plus le vendredi. Les tracés des courses empruntent la piste Nationale, remodelée pour l'occasion. Les spectateurs peuvent admirer les coureurs depuis différentes zones dont deux le long de la piste accessibles pour les skieurs. Dans l'aire d'arrivée, il y a plusieurs tribunes avec des places assises ou debout, pouvant accueillir au total entre 5'000 et 6'000 spectateurs pour la somme de CHF 20.- le vendredi et CHF 30.- le samedi et le dimanche (Pitteloud, 2012, p. 11). Les annexes II et III montrent les différents tracés ainsi que les zones prévues pour les spectateurs.

En plus des courses, le Comité d'organisation a prévu de nombreuses animations, que ce soit sur le site de la compétition ou dans la station. Ainsi, les spectateurs peuvent se restaurer et se désaltérer dans les nombreux stands, mais aussi participer à des concours et autres jeux. Le programme comprend également deux cérémonies protocolaires, respectivement le vendredi et samedi soir, à la patinoire d'Y Coor, ainsi que plusieurs démonstrations aériennes du PC-7 Team de l'armée suisse.

La Coupe du Monde de ski alpin de Crans-Montana débute alors le officiellement le jeudi soir 23 février 2012 à 18h avec une soirée d'ouverture et s'achève dimanche soir après la remise des prix du Slalom Géant.

1.2.4. Organisation de la Coupe du Monde Hommes de ski alpin 2012 à Crans-Montana

L'évènement qui fait l'objet de cette étude a été organisé par un comité de 65 membres chapeauté par un comité directeur de huit personnes, lui-même présidé par M. Marius Robyr. Les cahiers des charges sont répartis parmi sept départements : logistique et personnel, communication et médias, spectateurs, constructions et cérémonies, technique et direction des épreuves, sponsoring et VIP, et finalement invités (Pitteloud, 2012, p. 10). L'organigramme général de ce comité est présenté dans l'annexe V.

Dans une interview au journal Regards, le président M. Robyr met en avant trois slogans pour résumer les objectifs de son équipe : « une organisation parfaite, un accueil hors du commun et une ambiance exceptionnelle » (Pitteloud, 2012, p. 10). A ces objectifs s'ajoutent cinq défis qu'il énumère ensuite : « hébergement – animations – circulation/parcage – sécurité – gestion des spectateurs » (Pitteloud, 2012, p. 10).

1.2.5. Les grands défis de l'organisation : l'hébergement et le transport

Thèmes récurrents dans les articles de journaux parus avant l'évènement, l'hébergement et le transport apparaissent comme les deux grands défis de cette étape de Coupe du Monde à Crans-Montana. En effet, fixées par le calendrier de la FIS du 24 au 26 février, les courses tombent en pleine période des fêtes de carnaval, soit une quinzaine particulièrement chargée pour la station. Un des premiers enjeux est donc de loger 700 à 1'000 personnes dans un rayon de huit kilomètres, comme l'impose la FIS. Un défi d'autant plus grand que les équipes nationales doivent être logées ensemble au même endroit (Spahr, 2012, p. 2). Dans ce domaine, les hôteliers de la région se montrent vraisemblablement très coopératifs, offrant parfois « jusqu'à 80% de leurs chambres. » (Claivaz, 2012, p. 12). Le deuxième challenge de cet évènement réside dans le transport des spectateurs. En effet, la station étant bien fréquentée en raison des vacances de février, les parkings de Crans-Montana affichent déjà presque tous complet. Il faut donc aménager des places de parc dans les alentours et mettre en place un système de navettes gratuites. Le Comité d'organisation prévoit ainsi des parkings pouvant accueillir 5'000 véhicules à Sierre et 1'000 entre Lens, Chermignon et Bluche. En plus, de cette infrastructure conséquente, le Comité d'organisation fait en sorte que le transport en funiculaire depuis Sierre soit lui aussi gratuit (Spahr, 2012, p. 3).

1.2.6. Chiffres-clés de l'étape

Figure 2. Chiffres-clés de la Coupe du Monde de ski alpin 2012 à Crans-Montana



Source : Figure de l'auteur

2. Méthodologie de la recherche

Il existe plusieurs méthodes pour évaluer les effets d'un évènement sportif sur sa région d'accueil. Les plus fréquemment utilisées sont l'analyse d'impact grâce à l'application d'un multiplicateur régional, l'analyse coûts-bénéfices et l'analyse input-output (Stynes, 1997, p. 2). Selon les cas à étudier, les informations à disposition ou le but recherché, une méthode sera préférée à une autre, bien qu'il soit également possible de combiner plusieurs méthodes pour le même objet de recherche. La méthode de l'input-output a été mise au point par Leontief et se concentre sur les échanges interindustriels (Barget, 1997, p. 169). Ce modèle est principalement applicable pour des grands domaines, comme par exemple des pays ou l'Union Européenne et ne convient donc pas réellement à l'analyse d'évènements, en raison du manque de données statistiques notamment. L'analyse coûts-bénéfices permet quant à elle d'évaluer quelle est l'alternative la plus optimale dans une situation donnée (Dwyer, Forsyth & Dwyer, 2010, pp. 365-368). Selon le contexte et le but de

l'analyse, cette méthode peut se révéler parfois plus intéressante que l'analyse d'impact par le multiplicateur régional, car elle permet de comparer les opportunités provoquées par l'évènement aux sacrifices engendrés (Dwyer, Forsyth & Dwyer, 2010, p. 368). Dans ce travail, il ne s'agit pas d'évaluer une certaine alternative mais de mettre en lumière les effets et conséquences de l'évènement sur sa région. Ainsi, conformément au souhait initial du mandant, le choix de la méthode s'est porté sur l'analyse d'impact à l'aide d'un multiplicateur régional dont le processus est détaillé dans ce chapitre.

Avant d'entrer dans le vif du sujet, une précision reste à faire. Certains auteurs tels que Stynes prônent la mise en avant d'un double-scénario avec ou sans évènement, afin de ne pas seulement considérer l'impact d'un évènement mais également de voir quelle serait la situation si l'évènement n'existait pas (1997, p. 12). Késenne, lui, déconseille cette approche puisque d'après lui les gens dépensent leur argent de toute manière : « les gens réalloueraient leur revenu si une des options de dépense venait à disparaître » (1999, p. 32). Le problème est que les résidents ne réalloueraient pas forcément leur revenu dans la même région. En effet, il est possible que, sans évènement, les résidents se tourneraient vers d'autres divertissements ayant lieu dans d'autres régions économiques, créant des fuites monétaires. Grâce à la tenue de l'évènement, ces pertes sont évitées, devenant ainsi des bénéfices pour la région (Barget, 1997, p. 173). Néanmoins, « La difficulté de l'évaluation de ces effets est telle que de nombreux auteurs, comme R.A. Baade, recommandent de ne pas en tenir compte. » (Barget, 1997, p. 174). L'avis de Késenne l'emporte pour cette étude qui, afin de simplifier l'analyse, n'expose que les effets se produisant dans le scénario *avec évènement sportif*, ne comptant pas les fuites évitées comme des bénéfices.

2.1. Définition de l'analyse d'impact

Le recours à l'analyse d'impact s'est passablement intensifié depuis les années 70, principalement dans le cadre des Jeux Olympiques et constitue dans ce contexte un « argument important des dossiers de candidature à l'organisation d'un évènement sportif » afin de « démontrer aux pouvoirs publics que les sommes investies ne constituent pas un gaspillage. » (Barget, 1997, p. 166).

L'analyse d'impact sert donc à « apprécier le changement économique net profitant au territoire d'accueil » (Barget, 1997, p. 164) résultant d'un évènement, d'un projet, d'une infrastructure ou d'une nouvelle politique. Basée principalement sur des enquêtes révélant les dépenses des personnes concernées – par exemple celles des spectateurs dans le cas d'un évènement sportif –, elle permet de retracer les flux monétaires liés à une activité donnée dans une région définie (Styne, 1997, p. 2). Les conséquences économiques

indirectes et induites ne touchent pas seulement le secteur de l'activité en question mais bien toute l'économie :

Les analyses d'impact économique indiquent que les dépenses des touristes peuvent potentiellement avoir des effets additionnels significatifs à travers tout le reste de l'économie, résultant en une augmentation de revenus et de dépenses pour un panel de différents prestataires, dont beaucoup ne sont pas directement connectés avec l'industrie du tourisme. (Dwyer, Forsyth & Dwyer, 2010, p. 283).

Comme le confirme Chappelet, les manifestations sportives apportent du travail à de nombreux prestataires de services tels que les hôtels, les restaurants ou les commerces (2007, p. 13). Toujours d'après le même auteur, l'impact de l'évènement s'étend également sur une période dépassant le seul déroulement de ce dernier, en impliquant d'autres acteurs économiques. Ainsi, « la phase de préparation et de déroulement de la manifestation va aussi inévitablement faire appel à des artisans et entreprises spécialisés. Si des installations doivent être construites ou aménagées, le secteur des travaux publics est aussi concerné. » (2007, p. 13). On constate alors que les impacts sont effectifs et décisifs pour différents acteurs et à différents moments, comme l'expliquent Steiner et Thöni (1999, p. 119) :

- Différents groupes de personnes : athlètes, citoyens, bénévoles, officiels, etc.
- Différentes institutions : FIS, Swiss-Ski, Comité d'organisation, etc.
- Différents budgets : la commune hôte, la région, le canton, l'Etat, etc.
- Différentes phases : conception, préparation, exécution, clôture

Conformément au but initial de cette étude et des informations récoltées, ce travail aborde principalement les impacts économiques directs, indirects et induits. Ceux-ci sont engendrés par les dépenses des spectateurs et du Comité d'organisation lors des phases de préparation et d'exécution de la Coupe du Monde de ski alpin.

2.2. Cadrage

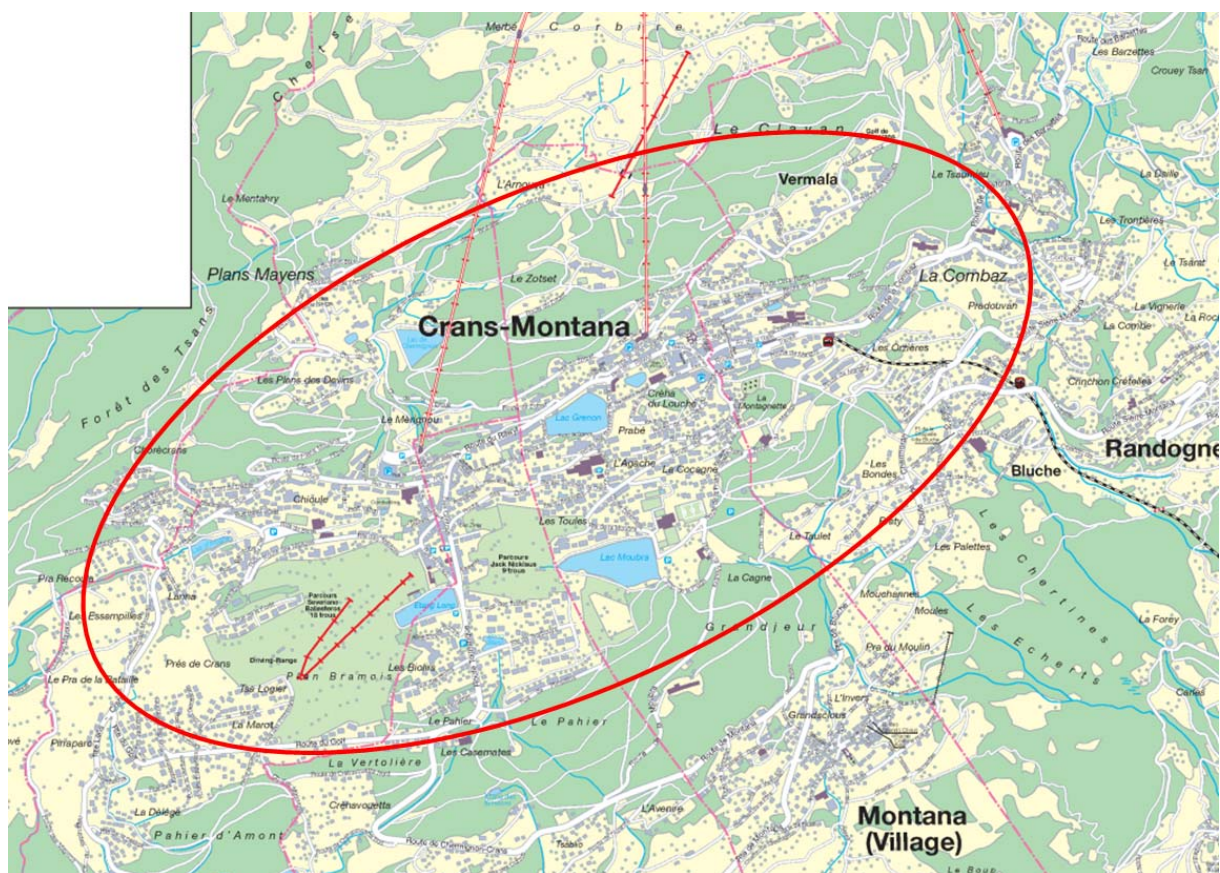
Les résultats d'une analyse d'impact dépendent exclusivement des délimitations données par ses auteurs. Il est donc essentiel de placer l'étude de façon précise dans l'espace et dans le temps.

2.2.1. Délimitation géographique

La définition du territoire à analyser est extrêmement importante. C'est cette délimitation qui permet de déterminer les fuites monétaires représentant principalement les importations. Ainsi, plus la région analysée est vaste, moins il y a d'importations à l'intérieur du territoire (Stynes, 1997, p. 9). Définir la région d'analyse permet également d'identifier les visiteurs non-résidents, soit ceux vivant habituellement à l'extérieur des frontières délimitées.

Ce point est essentiel puisque seules les dépenses des visiteurs résidant en dehors du territoire analysé doivent être prises en considération dans le calcul de l'impact primaire (Maurence, 2012, p. 18). Toutefois, l'élément le plus important à considérer est la cohérence du territoire délimité avec le type d'évènement observé et d'impact analysé. « Le territoire le plus pertinent est celui qui est susceptible de bénéficier de l'essentiel des impacts. » (Maurence, 2012, p. 23). Dans le cas de la Coupe du Monde de ski alpin, l'activité économique s'est principalement concentrée à l'intérieur de la station hôte. Pour ce travail, il a donc été décidé de restreindre l'analyse des effets à la station de Crans-Montana, encadrée grossièrement sur la carte suivante.

Figure 3. Délimitation du territoire d'analyse : la station de Crans-Montana



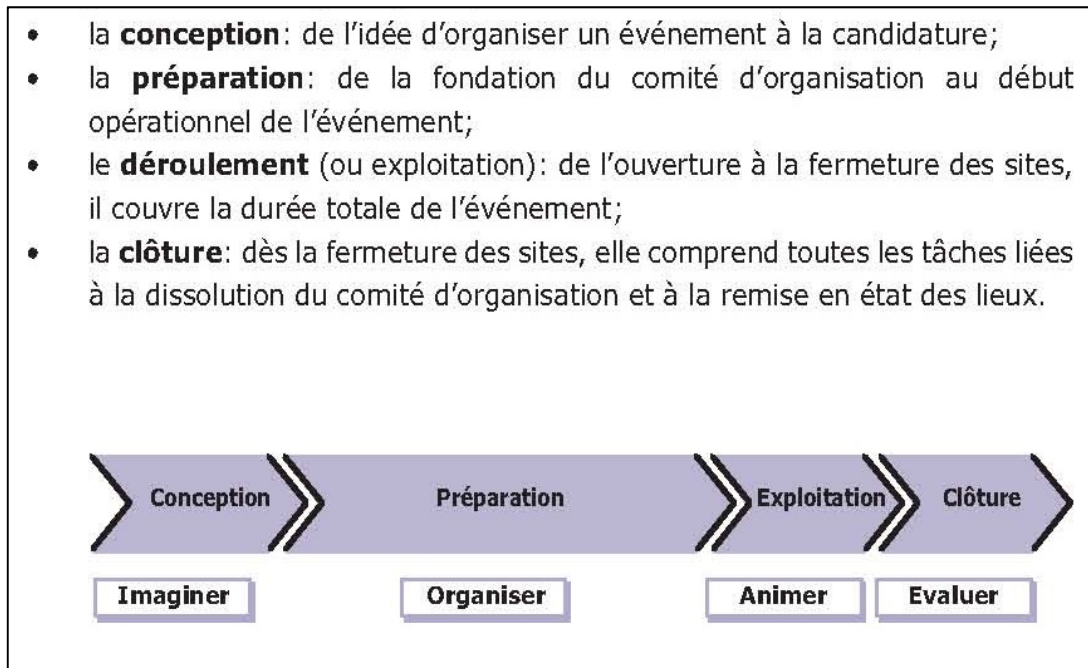
Source : (AKENA Technologies, 2012)

2.2.2. Délimitation temporelle

Il s'agit d'une étude ex-post, autrement dit réalisée après l'évènement, analysant les impacts à court terme de la Coupe du Monde de ski alpin sur la station de Crans-Montana, soit le territoire précédemment délimité. Comme le note Chappelet, il est important de définir quelles phases de l'évènement seront considérées lors de l'analyse. Ces différentes phases

sont la conception (y compris la candidature), la préparation, le déroulement et la clôture (2007, p. 17). Le schéma ci-dessous permet de visualiser ces étapes.

Figure 4. Les quatre phases d'un évènement sportif



Source : (Brighenti, Clivaz, Délétroz et Favre, 2005, p.17)

Dans ce travail, les phases de conception et de clôture n'ont pas été prises en compte. Ainsi, il s'agit de définir les impacts liés à la préparation (essentiellement engendrés par les dépenses du Comité d'organisation) et le déroulement de l'évènement (principalement représentés par les dépenses des visiteurs).

Pour des questions d'organisation, la collecte d'informations auprès des spectateurs ne s'est effectuée que sur les courses prévues depuis le départ, soit celles du samedi et du dimanche. L'étape du vendredi récupérée de Kitzbühel est donc basée sur des extrapolations tirées des moyennes des autres jours.

2.3. Le multiplicateur régional

Le multiplicateur régional est un nombre clé permettant de calculer les effets indirects et induits d'une activité économique sur une certaine région à partir des dépenses directes. Autrement dit, ce multiplicateur permet de chiffrer l'effet total d'une dépense initiale (Dwyer, Forsyth & Dwyer, 2010, p. 285). Le multiplicateur peut être calculé en divisant l'effet total d'une dépense par la dépense initiale :

$$\text{Multiplicateur} = \text{Impact total} / \text{Impact direct}$$

A travers le multiplicateur, ce sont les « interdépendances économiques entre les secteurs issus d'une région économique particulière » (Stynes, 1997, p. 7) qui sont mis en avant. Ainsi largement liés au territoire d'analyse, les multiplicateurs « varient considérablement de région en région et de secteur en secteur. » (Stynes, 1997, p. 7). D'après une étude de Frey & Häusel réalisée en 1983, les multiplicateurs pour la Suisse se situent entre 1,30 et 1,47 selon la région concernée (Schnyder, Doctor & Vogel, 2011, p. 21). Pour les régions de montagne, le multiplicateur accepté est de 1,37.

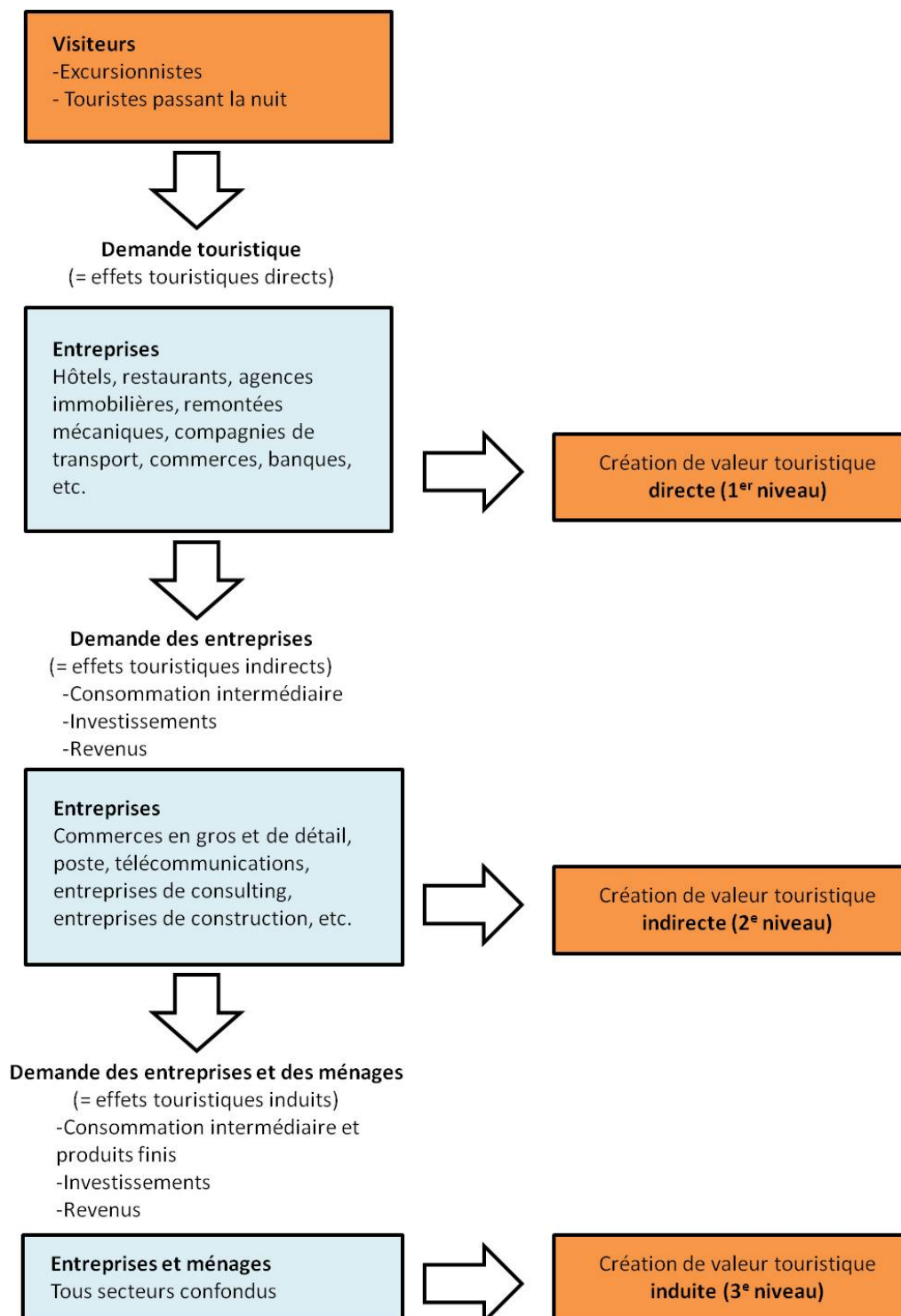
Tableau 3. Les différents multiplicateurs régionaux en Suisse, selon le type de région (Frey/Häusel, 1983)

Type de région	Multiplicateur régional
Grandes agglomérations	1.47
Centres des grandes villes	1.45
Périphérie des villes (campagne)	1.38
Agglomérations moyennes	1.43
Petites agglomérations	1.45
Périphéries industrielles	1.30
Régions de montagne	1.37
Suisse	1.59

Source : (Schnyder, Doctor & Vogel, 2011, p. 21)

Grâce au multiplicateur régional il est possible d'avoir un aperçu global des impacts économiques d'un même évènement sur plusieurs niveaux, suivant ses répercussions dans l'économie. Le schéma ci-après, inspiré des théories de Stynes (1997, pp. 5-6) résume l'effet du multiplicateur et la chaîne de création de valeur.

Figure 5. L'effet du multiplicateur : la chaîne de création de valeur



Source : Figure de l'auteur

Les impacts directs résultent des changements immédiats provoqués par l'activité analysée (Stynes, 1997, p. 5). Dans le cas de la Coupe du Monde de ski alpin, ces impacts – aussi appelés impacts primaires – sont typiquement les dépenses réalisées à Crans-Montana par les spectateurs mais aussi par le Comité d'organisation, les médias ou encore les sponsors. Ils peuvent être imagés par le visiteur qui loue une chambre dans un hôtel de la station (1^{er} niveau). Ces dépenses engendrent ensuite des impacts indirects qui représentent quant à eux « toute consommation additionnelle générée par l'augmentation de revenu créée par l'évènement sportif, aussi longtemps que ces dépenses sont faites à l'intérieur de la région analysée » (Késenne, 1999, p. 36). Par exemple, il peut s'agir de l'hôtel qui paie la réceptionniste, habitant elle-même Crans-Montana (2^e niveau). Ce flux monétaire provoque de nouvelles dépenses qui sont représentées par les impacts induits, par exemple, lorsque la réceptionniste va faire ses courses à l'épicerie de la station (3^e niveau). Dwyer, Forsyth et Dwyer précisent que pratiquement chaque secteur de l'économie d'une région sont concernés par ces impacts indirects et induits, donnant ainsi une idée des proportions qu'une dépense initiale peut prendre (2010, p. 283). Les impacts indirects et induits, souvent regroupés sous l'appellation *d'impacts secondaires*, se répercutent de façon circulaire. Ils amplifient à chaque tour l'impact de la dépense initiale, aussi longtemps que les flux monétaires demeurent dans la région délimitée par l'analyse (Stynes, 1997, pp. 5-6). Ainsi, Stynes explique que « La magnitude des effets secondaires dépend de la propension des entreprises et des ménages de la région à acheter des biens et des services auprès des fournisseurs locaux. » (Stynes, 1997, p. 6). La somme de ces différents impacts donne l'impact total d'une activité sur une région.

Il est possible d'ajouter un 4^e niveau d'impact, soit les impacts catalytiques. Ce serait par exemple le cas si, suite à cette création de valeur découlant de la tenue d'une Coupe du Monde de ski alpin et aux flux monétaires engendrés, un nouveau télésiège venait à être construit à Crans-Montana. Toutefois, ces impacts sont très difficiles à identifier et sont donc rarement pris en compte (Evans, 2011).

2.3.1. Calcul de l'impact primaire

Avant d'appliquer le multiplicateur régional, il faut calculer l'impact primaire, soit, dans le cas d'un évènement sportif, essentiellement les dépenses des spectateurs. En effet, Davidson avance que « les dépenses des spectateurs sont typiquement, bien que pas toujours, la plus large composante de l'impact économique. » (1999, p. 18). Pour le présent travail, l'impact primaire est basé sur le calcul de ces dépenses mais également des dépenses du Comité d'organisation, qui, comme il le sera révélé plus loin, sont conséquentes ainsi que celles des bénévoles, moindres.

Plusieurs éléments sont à considérer lors du calcul de l'impact primaire, afin de ne pas le surestimer. Il est ainsi « préférable de minimiser l'impact par des hypothèses pessimistes, plutôt que le contraire. » (Barget, 1997, p. 174). Selon Stynes, il faudra d'abord déduire les consommations intermédiaires, soit le prix d'achat des produits achetés par les spectateurs (1997, p. 7). Ce calcul se fait à l'aide d'un taux appelé *capture rate* et qu'il faut généralement appliquer aux dépenses directes afin d'en soustraire les importations. De la sorte, les dépenses profitant réellement à la région sont réduites de 30 à 40% (Stynes, 1997, p. 7). L'auteur précise néanmoins que certains multiplicateurs englobent déjà ce taux dans leur ratio (1997, p. 8), ce qui est justement le cas dans cette étude (Dr. M. Schnyder, communication personnelle, 26 juin 2012). Ensuite, il est indispensable de prendre en compte exclusivement les dépenses des visiteurs non-résidents, comme préalablement mentionné. Effectivement, les dépenses des spectateurs locaux ne représentent pas un apport d'argent neuf dans la région mais simplement un transfert de dépenses à l'intérieur de la région (Barget, 1997, p. 174). Késenne nuance toutefois cet effet annulant car d'après lui « les gens peuvent augmenter leur propension à consommer si une nouvelle opportunité pour dépenser leur argent se présente », impliquant alors une baisse de la propension à épargner (1999, p. 36). En plus du lieu de résidence qui se révèle décisif, le but de la venue joue un rôle prépondérant dans la sélection des dépenses des spectateurs. Il convient donc de ne compter que les dépenses des visiteurs non-résidents venus exprès pour l'évènement (Maurence, 2012, p. 20). Ainsi, il faut également exclure les dépenses des visiteurs ayant déplacé leur séjour pour le faire coïncider avec l'évènement, qui, d'après Burns, Hatch et Mules représenteraient 21% des visiteurs (Barget, 1997, p. 174). Les dépenses des visiteurs se trouvant déjà dans la région et venant par hasard assister à l'évènement sont aussi à exclure, « dans la mesure où il est difficile d'évaluer celles [les dépenses] véritablement occasionnées par le spectacle. » (Barget, 1997, p. 174).

Les mêmes raisonnements s'appliquent aux institutions publiques. Premièrement, il ne faut prendre en compte que les investissements venant de l'extérieur de la région analysée. En effet, Késenne affirme que l'argent des institutions locales aurait été investi de toute façon, dans d'autres projets : « Les bénéfices provenant d'un projet d'investissement pour une région spécifique peuvent seulement venir de l'extérieur. La raison pour cela est que les locaux auraient dépensé leur argent de toute manière. » (1999, p. 36). Ensuite, il faudrait aussi tenir compte des déplacements temporels d'investissements publics. Même si un évènement sportif de grande envergure est souvent déclencheur et accélérateur de travaux publics, par exemple pour améliorer les infrastructures sportives, de transport ou d'accueil, il ne faut inclure dans l'impact primaire que les investissements qui n'avaient pas encore été engagés avant la décision de l'évènement (Barget, 1997, p. 175). Il reste toutefois très

difficile de définir clairement quels étaient les investissements déjà prévus et ceux provoqués par l'évènement sportif.

Finalement, les doubles comptes sont un piège auquel il faut faire très attention lors de la comptabilisation des diverses dépenses. Effectivement, il y a des risques de comptabiliser deux fois le même poste. Ce pourrait être le cas par exemple du bénéfice de la billetterie, qui représente des recettes mais sert à financer les dépenses du Comité d'organisation (Barget, 1997, p. 175).

2.3.2. Calcul de l'impact secondaire : application du multiplicateur

Une fois l'impact primaire connu, la prochaine étape consiste à appliquer un multiplicateur régional qui permettra le calcul de l'impact secondaire, soit les effets indirects et induits des dépenses de l'évènement. Crans-Montana, bien que devenant une véritable ville en hiver, demeure une station alpine et, afin de ne pas surestimer l'impact économique, il est préférable de se tenir au nombre clé de 1,37 donné pour les zones de montagne. La formule donnée dans la définition du multiplicateur, permet de déduire le calcul suivant s'appliquant à l'impact secondaire :

$$\text{Impact secondaire} = (\text{Impact primaire} * \text{Multiplicateur}) - \text{Impact primaire}$$

2.4. Les limites de la méthode

Bien que la méthode d'analyse d'impact à l'aide d'un multiplicateur régional soit largement utilisée dans l'évaluation des effets d'un quelconque évènement, elle connaît tout de même certaines limites qu'il convient de relever avant de poursuivre.

Premièrement, tout évènement a un effet d'éviction plus ou moins important sur la clientèle touristique habituelle : certains annulent leur séjour ce qui engendre une perte de richesse, d'autres le diffèrent simplement, ce qui n'a aucune conséquence sur l'économie de la région (Barget, 1997, pp. 174-175). Mais ces phénomènes sont très difficiles à identifier et sont donc rarement pris en compte.

Deuxièmement, le multiplicateur n'est presque jamais calculé à la source mais repris d'autres analyses, ce qui a pour conséquence d'augmenter la marge d'erreur. De plus, le multiplicateur ne donne qu'un aperçu global de la situation. Il ne permet en effet pas de savoir où l'argent se trouve réellement. En outre, il tient uniquement compte des effets monétaires à court terme (Maurence, 2012, p. 21) car il faudrait encore tenir compte de l'inflation pour les effets à moyen terme, en formulant les flux « en monnaie constante » (Barget, 1997, p. 175). Le procédé est toutefois souvent trop complexe pour être appliqué.

Ainsi, comme le fait remarquer Davidson, l'analyse d'impact « reste une activité nouvelle et un défi pour les économistes. » (1999, p. 26). D'où l'importance de récolter des informations de qualité à la source, puisque ce sont elles qui détermineront la précision et la justesse de l'étude d'impact.

2.5. Collecte des données

Les données qui ont permis la réalisation de cette analyse d'impact ont été récoltées sur deux niveaux : premièrement, les données primaires qui sont essentielles à la détermination de l'impact direct de l'évènement et qui ont été collectées grâce à des questionnaires sur le lieu de la manifestation, à l'envoi de courrier postal ou encore de courrier électronique selon les publics visés ; deuxièmement, les données secondaires qui se sont amassées au fil des lectures dans de nombreux ouvrages ainsi que dans des études d'impact réalisées antérieurement dans le cadre d'autres évènements.

Bien entendu, plus les données récoltées sont nombreuses, plus le calcul est précis. Aussi, comme le suggère Davidson, il conviendrait également de considérer les dépenses des médias sur place ainsi que les dépenses des sponsors et exposants, par exemple pour des repas spéciaux pour leurs VIPs ou pour la construction de leur stand sur le site de l'évènement (1999, pp. 23-24). Ces estimations demanderaient toutefois des entretiens en profondeur avec de nombreux acteurs et il faudrait plus de temps à disposition pour la réalisation de l'étude. Dans ce travail, il a été jugé préférable de se concentrer sur les éléments plus essentiels et plus courants tels que les dépenses des spectateurs et du Comité d'organisation.

2.5.1. Les données primaires

Pour l'élaboration de ce travail, il était important d'obtenir les informations à la source, c'est-à-dire directement auprès des acteurs concernés. Ainsi, en plus des entretiens personnels et de la correspondance avec certains membres du Comité d'organisation ou d'autres personnes détentrices d'informations, plusieurs enquêtes ont été menées auprès de publics-cibles se répartissant en quatre catégories, selon leur rôle dans l'évènement : les spectateurs, les bénévoles, les commerçants et les fédérations nationales de ski représentant les participants. Une fois les informations reçues, il s'agissait de les introduire dans le programme informatique de statistique Sphinx mis à disposition par la HES-SO Valais afin de procéder au traitement et à l'analyse des données.

Le Comité d'organisation

Les dépenses du Comité d'organisation n'ont pas fait l'objet d'une enquête puisqu'il était possible de les retracer grâce aux comptes et au budget annoncé. Ces chiffres ont ainsi été communiqués directement par M. Robyr, président, et Y. RoCHAT, responsable des finances.

Les spectateurs

Pour Barget, l'entretien en face-à-face semble être la meilleure méthode et donc celle à privilégier pour la récolte d'informations (1997, p. 172). Ainsi, six étudiants de la HES-SO Valais se sont mobilisés le samedi et le dimanche de la compétition pour interroger les spectateurs venus assister au Super-G et au Slalom Géant.

Le questionnaire, rédigé en français, en allemand et en anglais, comportait 31 questions, pour la plupart fermées (annexe VI). Il était important de récolter les informations de façon rapide, sans prendre trop de temps aux spectateurs car, comme le relève Davidson, «plus il est long de compléter l'enquête, plus la probabilité d'avoir des réponses de qualité médiocre est haute» (1999, p. 22). En tout, 287 questionnaires ont été remplis afin de permettre l'analyse d'impact de la Coupe du Monde de ski alpin sur la station de Crans-Montana.

Même si un questionnaire en face-à-face permet de récolter des informations de qualité, les conditions d'enquête sur le site de l'évènement sont parfois difficiles.

Le climat passionnel qui y règne rend les spectateurs peu enclins à détourner leur attention pour répondre, la circulation est difficile lorsque le public a pris place, de sorte qu'il est délicat de mettre en œuvre certaines formes d'échantillonnage comme la stratification. Les spectateurs ne sont pas toujours aptes à annoncer des dépenses qu'ils n'ont parfois pas encore effectuées. (Barget, 1997, p. 172).

Davidson est aussi d'avis que les gens ont parfois de la peine à se rappeler de toutes leurs dépenses ou à les estimer (1999, p. 21). Ces difficultés furent d'autant plus remarquées et amplifiées par le fait que les enquêtés étaient dans la plupart des cas empreints de l'ambiance festive qui régnait sur le site de la manifestation. Ainsi, l'hilarité générale, notamment mélangée aux effets l'alcool, a rendu la tâche plus délicate que prévue aux enquêteurs de la HES-SO Valais.

Les bénévoles

En raison de la priorité accordée aux données des spectateurs lors de l'évènement, les bénévoles ont été contactés a posteriori, par courrier postal. Ce moyen de communication a été préféré au courrier électronique puisque, d'après les informations de D. Crettol, responsable logistique, il s'agissait principalement de personnes à la retraite, peu actives sur internet (communication personnelle, 31 mars 2012). Chaque bénévole répertorié sur la liste

fournie par D. Crettol a donc reçu un questionnaire comportant 30 questions (annexe VII) ainsi qu'une enveloppe non-affranchie permettant de le renvoyer à la personne en charge de l'étude d'impact. Malgré le fait que les enquêtés devaient eux-mêmes acheter un timbre et poster la lettre, le nombre de réponses fut très positif, élevant ainsi le taux de participation à 67%, soit 85 réponses sur 127 bénévoles interrogés.

Les commerçants de Crans-Montana

Une enquête sur internet a été menée auprès des commerçants de la station de Crans-Montana afin d'évaluer l'impact de la Coupe du Monde de ski alpin sur leur négoce. Ceci dans le but de juger de la pertinence du résultat du calcul d'impact économique. En effet, ce dernier peut-être ressenti plus fortement dans certains secteurs, comme il peut aussi être surestimé ou au contraire sous-estimé.

Pour des raisons logistiques, sur les 314 commerces répertoriés, seuls ceux possédant une adresse électronique ont reçu le lien permettant de répondre à onze questions (annexe VIII). L'enquête en ligne a ainsi été envoyée à 246 commerçants, représentant un peu plus de 78% des commerçants répertoriés initialement. 26 d'entre eux y ont participé, soit un taux de retour d'environ 10,5%.

Dans la collecte de données auprès des commerçants locaux, Barget évoque certains obstacles comme par exemple leurs réticences à communiquer leur résultat, la difficulté d'isoler le résultat découlant directement de l'évènement d'autres phénomènes et la provenance géographique des clients qui n'est souvent pas connue (1997, p. 173). Il est vrai que, même si l'enquête permet de confirmer les conclusions tirées de l'analyse d'impact, la qualité des informations qu'elle contient ne repose que sur la bonne volonté et l'honnêteté des entreprises interrogées.

Les fédérations nationales de ski alpin

D'après Pigeassou, « les sports individuels ont une fréquence beaucoup plus faible mais mobilisent un nombre plus important de participants. » (s.d., p. 24), contrairement aux sports collectifs tels que le football par exemple. Ce fut le cas à Crans-Montana puisque plus de 400 athlètes se sont élancés sur les pentes valaisannes durant les trois jours de compétitions, sans compter les nombreux coachs, préparateurs, accompagnateurs et autres membres des fédérations (Claivaz, 2012, p. 12). Les participants à l'évènement sont donc également enclins à dépenser dans la région d'accueil et il semblait important d'en avoir un aperçu. Les différentes fédérations de ski alpin présentent à la Coupe du Monde à Crans-Montana ont donc été contactées par courrier électronique, une fois l'évènement en question et la saison de ski terminés (annexe IX).

Cette démarche s'est toutefois révélée peu concluante puisque sur les 23 fédérations interrogées, seules quatre ont répondu à l'enquête, faisant toutes l'impasse sur les questions relatives aux dépenses. L'enquête est donc inexploitable puisqu'elle n'a pas permis de déterminer les dépenses des participants. Pour une prochaine étude, il conviendrait de changer de méthode d'enquête pour ce public-cible.

2.5.2. Les données secondaires

Les données secondaires nécessaires à l'analyse d'impact de la Coupe du Monde de ski alpin sur la station de Crans-Montana proviennent principalement de lectures traitant de l'étude d'impact économique ainsi que d'études antérieures effectuées dans le cadre d'autres spectacles sportifs. Ces données secondaires ont surtout inspiré la méthodologie de recherche. En effet, il existe peu de statistiques établies sur lesquelles il est possible de s'appuyer lors d'une analyse d'impact, mis à part dans le cas du multiplicateur régional. Ceci est principalement dû au fait que toute analyse est profondément liée à l'évènement en question et que pour chaque cas les données changent, tout comme les circonstances. Il est par conséquent préférable de se fier aux données primaires récoltées puisque celles-ci constituent le cœur de l'analyse.

2.5.3. Stratégie d'évaluation

L'impact économique de la Coupe du Monde de ski alpin sur la station de Crans-Montana a été évalué sur la base des informations récoltées grâce aux nombreux questionnaires et les informations fournies par le Comité d'organisation. Après la détermination de l'impact direct, les impacts indirects et induits ont pu être calculés à l'aide du multiplicateur régional proposé par Schnyder, Doctor et Vogel (2011, p. 21), donnant ainsi l'impact total de l'évènement sur sa région d'accueil. Afin de ne pas gonfler les effets de façon démesurée, une importance particulière a été accordée au réalisme des estimations qui, comme le rappelle Stynes, se basent avant tout sur « trois composantes : les visites, les dépenses et les multiplicateurs. » (1997, p. 13).

3. Résultats de la recherche

M. Marius Robyr, président du Comité d'organisation est très satisfait de l'évènement. Il en retire un bilan « extrêmement positif » que ce soit en raison du beau temps, du fait qu'il n'y ait eu aucun accident à déclarer et que les meilleurs coureurs de la planète étaient au rendez-vous tout comme les spectateurs chiffrés à près de 50'000 personnes sur tout le week-end. L'ambiance qui régnait était magnifique tant lors des courses qu'aussi avant ou

après dans les zones d'animation et lors des cérémonies officielles et les démonstrations du PC-7 Team ont rencontré un vif succès. Le concept de circulation a selon lui très bien marché et il en est hautement satisfait. En plus de tout cela, M. Robyr relève un autre aspect d'après lui « super positif » : le fait d'avoir parfaitement respecté le budget annoncé (communication personnelle, 13 juin 2012).

En ce qui concerne les retombées, le président du Comité d'organisation répond qu'il est encore « difficile à dire » si elles sont d'une grande ampleur ou non. D'après les conversations qu'il a eues avec certains commerçants de Montana – notamment à l'Avenue de la Gare – il semblerait que ces derniers n'aient « jamais aussi bien travaillé que pendant la Coupe du Monde ». Pour ce qui est de l'hôtellerie, M. Robyr estime que le Comité d'organisation a lui-même apporté près de CHF 900'000.- à l'ensemble des établissements pour le logement des coureurs, des coachs ou encore des représentants des fédérations nationales et internationales. Ainsi pas loin de 700 personnes étaient logées par le Comité d'organisation dans la station sur les cinq jours de compétition. Ces CHF 900'000.- ne sortent toutefois pas entièrement de la poche du Comité d'organisation puisque, pour ce qui est des coureurs par exemple, leur structure ou fédération paie jusqu'à CHF 90.- par personne, la différence restant à la charge du CO (M. Robyr, communication personnelle, 13 juin 2012).

Finalement, Marius Robyr évoque encore les retombées médiatiques qui furent selon lui très positives, faisant « beaucoup d'éloges » sur l'évènement et sur Crans-Montana. Ainsi, le Comité d'organisation comptabilise environ 20 heures de télévision, en direct ou en différé dans le monde entier et plus de 300 journalistes venus sur place pour couvrir l'évènement (H. Steinegger, responsable médias, communication personnelle, 21 juin 2012).

Cette troisième et dernière partie reprend ces différents points avec une approche scientifique et une vision objective au plus près possible de la réalité afin de juger de l'impact économique réel de la Coupe du Monde de ski alpin sur la station de Crans-Montana ainsi que d'autres impacts abordés brièvement en fin d'analyse.

3.1. Impact primaire

Comme il a été spécifié dans la partie théorique de ce travail, l'impact primaire est principalement composé, dans un premier temps, des dépenses du Comité d'organisation lors de la préparation de l'évènement puis, dans un deuxième temps, des dépenses des visiteurs non-résidents venus exprès pour l'évènement s'étalant donc sur la durée de la manifestation.

3.1.1. Les dépenses du Comité d'organisation

Selon les informations reçues de M. Robyr (communication personnelle, 13 juin 2012), le budget total de la Coupe du Monde Hommes de ski alpin 2012 à Crans-Montana se monte à 2,6 millions de francs suisses. Ce montant budgété a été respecté, « même avec une course supplémentaire (soit celle du vendredi *ndlr*) », tient à préciser le président du CO. Les dépenses de l'organisation étaient nombreuses et impliquaient des secteurs variés. Grâce aux informations transmises par M. Robyr (communication personnelle, 26 juin 2012), le budget du Comité d'organisation peut être décortiqué de la manière suivante :

Tableau 4. Répartition des dépenses du Comité d'organisation

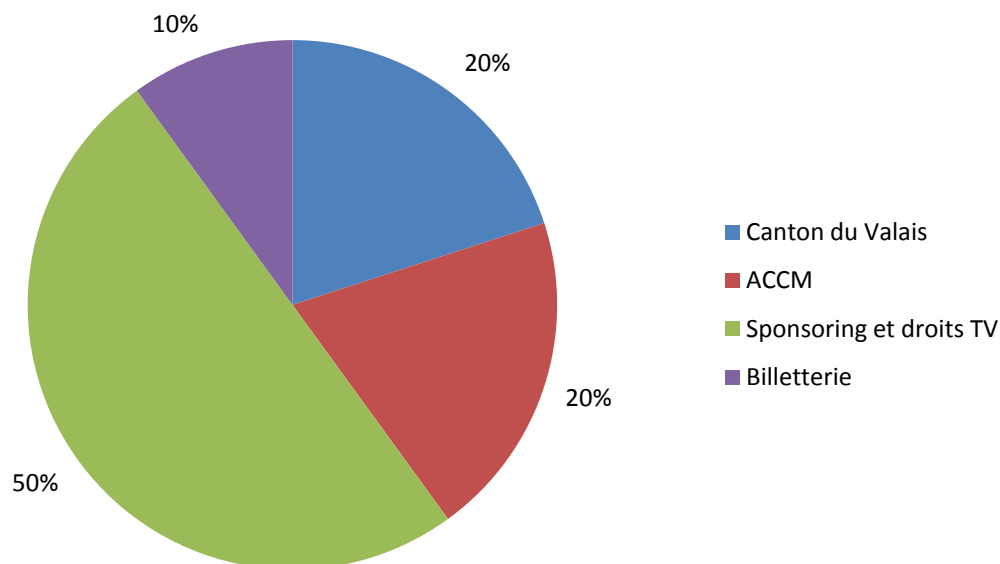
Hébergement	CHF 770'000.-
Transport	CHF 170'000.-
Publicité	CHF 200'000.-
Animations	CHF 50'000.-
Infrastructures, constructions	CHF 500'000.-
Vestes bénévoles	CHF 30'000.-
Sécurité	CHF 350'000.-
Catering	CHF 150'000.-
Prize-money	CHF 300'000.-
Assurances	CHF 70'000.-
Hélicoptères	CHF 30'000.-
TOTAL	CHF 2'620'000.-

Source : Tableau de l'auteur

D'après M. Robyr, près du 90% de ces dépenses resterait « dans la région » (communication personnelle, 13 juin 2012), soit environ 2,3 millions de francs suisses. Cette estimation se vérifie en partie, puisque, d'après les informations fournies, seulement CHF 370'000.- (rouge) sont effectivement entièrement versés à des entreprises situées en dehors du Valais. Ce pourcentage est néanmoins à nuancer, car la présente étude tient uniquement compte des dépenses effectuées sur le territoire de la station de Crans-Montana. Il faut donc encore soustraire CHF 910'000.- (orange) qui sont dépensés entièrement ou partiellement en Valais, mais pas à l'intérieur du territoire analysé. Afin de ne pas surestimer les impacts directs, le pourcentage de dépenses restant dans la région avancé par M. Robyr est appliqué pour les dépenses dont une partie sort de la zone d'analyse (jaune). Ainsi, les entreprises locales encaissent CHF 1'071'000.-. Restent à ajouter à ce montant les CHF 150'000.- entièrement dépensés dans la station (vert) pour finalement obtenir un total de CHF 1'221'000.- profitant à l'économie locale.

Pour le Comité d'organisation, le but n'est pas de faire du bénéfice mais bel et bien de respecter le budget annoncé (M. Robyr, communication personnelle, 13 juin 2012). Ainsi, les dépenses sont entièrement couvertes par les recettes, réparties comme suit :

Figure 6. Répartition du financement de la Coupe du Monde de ski alpin 2012 à Crans-Montana



Source : Figure de l'auteur

Selon les informations croisées reçues d'une part du président du Comité d'organisation M. Robyr (communication personnelle, 13 juin 2012) et récoltées d'autre part dans l'article de Spahr (2012, p. 2), l'étape de Coupe du Monde de ski hommes ayant eu lieu à Crans-Montana en 2012 a été financée comme suit :

- 20% provenant du Canton du Valais
- 20% provenant de l'Association des Communes de Crans-Montana (ACCM : Icogne, Lens, Chermignon, Montana, Randogne et Mollens), soit CHF 450'000.- (Spahr, 2012, p. 2)
- 50% provenant du sponsoring et des droits de diffusion pour la télévision (Spahr, 2012, p. 2)
- 10% provenant de la billetterie, du Fonds du sport, de la Loterie romande et de la promotion économique (Spahr, 2012, p. 2).

Comme il a été vu dans la partie théorique de ce travail, ces recettes ne rentrent pas dans le calcul de l'impact direct afin d'éviter les doubles comptes. En effet, ces entrées d'argent ont déjà été comptabilisées lors de l'enregistrement des dépenses. L'impact direct engendré par le Comité d'organisation est donc bien de CHF 1'221'000.-.

Selon la répartition du budget proposée par Steiner et Thöni dans leur ouvrage, il conviendrait d'ajouter deux postes au calcul des dépenses engendrées par le Comité d'organisation, soit les investissements liés à l'amélioration d'infrastructures sportives déjà existantes et ceux liés à l'amélioration d'infrastructures nécessaires à la tenue de l'évènement (1999, p. 122). Dans le cas présent il s'agit respectivement du remodelage de la piste Nationale pour un montant de cinq millions de francs suisses financés par l'ACCM et de la réfection du bâtiment situé au bas de la même piste pour un montant de CHF 250'000.- financés à parts plus ou moins égale entre l'ACCM et la Commune de Randogne (M. Robyr, communications personnelles, 13 juin 2012 et 3 juillet 2012).

Comme il l'est mentionné, ces montants ne sont pas directement investis par le Comité d'organisation qui se contente de les justifier auprès des pouvoirs publics. Pour cette raison, ils ne peuvent être comptabilisés dans l'impact économique direct car il s'agit d'investissements locaux qui auraient été dépensés de toute manière (Késenne, 1999, p. 36). Ils sont néanmoins évoqués dans ce sous-chapitre puisque ces investissements sont tout de même liés à l'activité du CO.

3.1.2. Les dépenses des visiteurs

Les dépenses des visiteurs constituent la plus grande partie de l'impact direct (Stynes, 1997, p. 13). Lors de la Coupe du Monde de ski alpin à Crans-Montana, pas loin de 50'000 spectateurs étaient présents sur l'ensemble des trois jours de courses et 15'000 pendant les cérémonies officielles. L'enquête n'étant conduite que pendant les compétitions, ce sont exclusivement les dépenses des visiteurs présents pour les courses qui seront prises en compte pour le calcul de l'impact direct.

Avant de procéder à l'analyse, il convient de revenir sur un point essentiel de la théorie : ne considérer que les dépenses des spectateurs non-résidents venus exprès pour l'évènement. Cette restriction était donc la première étape du processus.

Deux questions permettent de trier les spectateurs non-résidents venus exprès pour la Coupe du Monde de ski des autres spectateurs interrogés (représentées dans le tableau suivant) : « Etes-vous venu(e) uniquement pour la Coupe du Monde de ski? » (lignes) et « Pensez-vous revenir à Crans-Montana ? » (colonnes). Pour la réponse à la première question, la réponse « je suis venu(e) pour la course et j'en profite pour skier aussi » est tolérée comme répondant au critère d'être venu exprès pour la course. En ce qui concerne la question liée à la résidence, c'est la réponse « je suis indigène » à la question « Pensez-vous revenir à Crans-Montana ? » qui est prise en compte car plusieurs indigènes ont répondu être venus « uniquement pour la course » lors de la première question. Ainsi, on

constate que sur les 282 enquêtés ayant répondu à ces questions, 173 personnes sont identifiables comme étant non-résidentes et venues exprès pour l'évènement. Ce calcul se fait ainsi :

- 178 personnes venues « uniquement pour la course », dont 15 indigènes = 163 personnes non-indigènes venues « uniquement pour la course ».
- 12 personnes venues « pour la course et j'en profite pour skier aussi », dont 2 indigènes = 10 personnes non-indigènes venues exprès pour la course.
- Total des deux lignes : 163 + 10 = 173 personnes, soit 61,35% du total des répondants

Tableau 5. Sélection des spectateurs non-résidents venus exprès pour l'évènement : tableau croisé des variables « but de la venue » et « retour potentiel à Crans-Montana »

	oui, pour des vacances	oui, pour un week-end	éventuellement pour une journée	non, car la station ne me plaît pas	je suis indigène	non, pour une autre raison	Total
oui, uniquement pour la course	21	38	92	0	15	12	178
je suis venu(e) pour la course et j'en profite pour skier aussi	3	4	3	0	2	0	12
non, je suis ici en vacances	20	5	1	0	3	0	29
non, j'habite ici (indigène)	0	2	1	1	28	0	32
je suis venu(e) par hasard	0	3	2	0	0	0	5
je suis venu(e) pour une autre raison	1	2	20	0	2	1	26
Total	45	54	119	1	50	13	282

Source : Questionnaire spectateurs, tableau de l'auteur

Stynes conseille ensuite de procéder à l'analyse des dépenses des spectateurs par strates¹ afin d'obtenir des estimations les plus précises possibles (1997, p. 9). On distingue ainsi 35 catégories de spectateurs en croisant des variables sociodémographiques que sont la profession et la composition des groupes de spectateurs. Le tableau ci-dessous donne un aperçu de la population présente dans chaque strate :

Tableau 6. Les différentes strates de spectateurs : tableau croisés des variables « profession » et « composition du groupe »

	seul(e)		en couple		en famille		entre amis		avec un fan's club		Total	
	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.
étudiant(e)	1	2,6%	1	2,6%	5	13,2%	31	81,6%	0	0,0%	38	100,0%
employé(e)	1	1,2%	6	7,3%	18	22,0%	52	63,4%	5	6,1%	82	100,0%
cadre	0	0,0%	5	33,3%	2	13,3%	8	53,3%	0	0,0%	15	100,0%
profession libérale	0	0,0%	0	0,0%	1	25,0%	3	75,0%	0	0,0%	4	100,0%
indépendant(e)	0	0,0%	1	10,0%	1	10,0%	7	70,0%	1	10,0%	10	100,0%
sans emploi	1	25,0%	1	25,0%	1	25,0%	1	25,0%	0	0,0%	4	100,0%
retraité	0	0,0%	1	10,0%	3	30,0%	4	40,0%	2	20,0%	10	100,0%
Total	3	1,8%	15	9,2%	31	19,0%	106	65,0%	8	4,9%	163	

Source : Questionnaire spectateurs, tableau de l'auteur

Pour chaque strate, une dépense moyenne a été calculée en prenant les valeurs médianes des classes de budget suivantes :

- Entre CHF 20 et CHF 50 ;
- Entre CHF 50 et CHF 100 ;
- Entre CHF et CHF 200 ;

ainsi que les valeurs limites des deux classes aux extrémités, « moins de CHF 20 » et « plus de CHF 200 », respectivement CHF 20 et CHF 200 comme valeurs pour le calcul. Ainsi, les résultats obtenus sont les suivants :

Tableau 7. Dépenses journalières moyennes par strate et par personne (en CHF)

	Seul(e)	En couple	En famille	Entre amis	Avec un fan's club
Étudiant(e)	CHF 35	CHF 75	CHF 45	CHF 68	-
Employé(e)	NA	CHF 146	CHF 112	CHF 94	CHF 122
Cadre	-	CHF 175	CHF 200	CHF 140	-
Profession libérale	-	-	CHF 75	CHF 117	-
Indépendant(e)	-	CHF 200	CHF 150	CHF 103	CHF 75
Sans emploi	CHF 75	CHF 150	CHF 75	CHF 75	-
Retraité	-	NA	CHF 62	CHF 75	CHF 35

Source : Questionnaire spectateur, tableau de l'auteur

¹ Couches de population

Il est à présent possible de calculer l'impact direct composé du cumul des dépenses des différentes strates. Ce calcul s'est fait en appliquant le pourcentage de population de chaque strate au nombre total de spectateurs et en multipliant ensuite ce nombre par les dépenses journalières de chaque strate.

- Nombre total de spectateurs sur les trois jours de course : 49'000 personnes
- Nombre total de spectateurs non-résidents venus exprès pour la course :

$$61,35\% * 49'000 = 30'062 \text{ personnes}$$

Tableau 8. Calcul des dépenses totales des spectateurs (en CHF)

		Fréquences absolues	Fréquences relatives	Par rapport au total des spectateurs	Seul(e)	En couple	En famille	Entre amis	Avec un fan's club	Total des dépenses
Étudiants	Population des strates	38	23.31%	7008	2.6%	2.6%	13.2%	81.6%	0.0%	
	Dépenses journalières moyennes par personne				CHF 35	CHF 75	CHF 45	CHF 68	-	
	Dépenses totales				CHF 6'378	CHF 13'666	CHF 41'629	CHF 388'878	CHF 0	CHF 450'551
Employés	Population des strates	82	50.31%	15123	1.2%	7.3%	22.0%	63.4%	6.1%	
	Dépenses journalières moyennes par personne				NA	CHF 146	CHF 112	CHF 94	CHF 122	
	Dépenses totales				CHF 0	CHF 161'183	CHF 372'636	CHF 901'283	CHF 112'547	CHF 1'547'649
Cadres	Population des strates	15	9.20%	2766	0.0%	33.3%	13.3%	53.3%	0.0%	
	Dépenses journalières moyennes par personne				-	CHF 175	CHF 200	CHF 140	-	
	Dépenses totales				CHF 0	CHF 161'214	CHF 73'587	CHF 206'432	CHF 0	CHF 441'234
Professions libérales	Population des strates	4	2.45%	738	0.0%	0.0%	25.0%	75.0%	0.0%	
	Dépenses journalières moyennes par personne				-	-	CHF 75	CHF 117	-	
	Dépenses totales				CHF 0	CHF 0	CHF 13'832	CHF 64'735	CHF 0	CHF 78'567
Indépendants	Population des strates	10	6.13%	1844	0.0%	10.0%	10.0%	70.0%	10.0%	
	Dépenses journalières moyennes par personne				-	CHF 200	CHF 150	CHF 103	CHF 75	
	Dépenses totales				CHF 0	CHF 36'886	CHF 27'664	CHF 132'974	CHF 13'832	CHF 211'356
Sans emploi	Population des strates	4	2.45%	738	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%	0.0%	
	Dépenses journalières moyennes par personne				CHF 75	CHF 150	CHF 75	CHF 75	-	
	Dépenses totales				CHF 13'832	CHF 27'664	CHF 13'832	CHF 13'832	CHF 0	CHF 69'161
Retraités	Population des strates	10	6.13%	1844	0.0%	10.0%	30.0%	40.0%	20.0%	
	Dépenses journalières moyennes par personne				-	NA	CHF 62	CHF 75	CHF 35	
	Dépenses totales				CHF 0	CHF 0	CHF 34'304	CHF 55'329	CHF 12'910	CHF 102'543
Totaux		163	100.00%	30'062						CHF 2'901'061

Source : Questionnaire spectateurs, tableau de l'auteur

Selon les estimations de l'étude, les spectateurs non-résidents venus exprès pour la Coupe du Monde de ski alpin ont dépensé au total CHF 2'901'061.- dans la station de Crans-Montana.

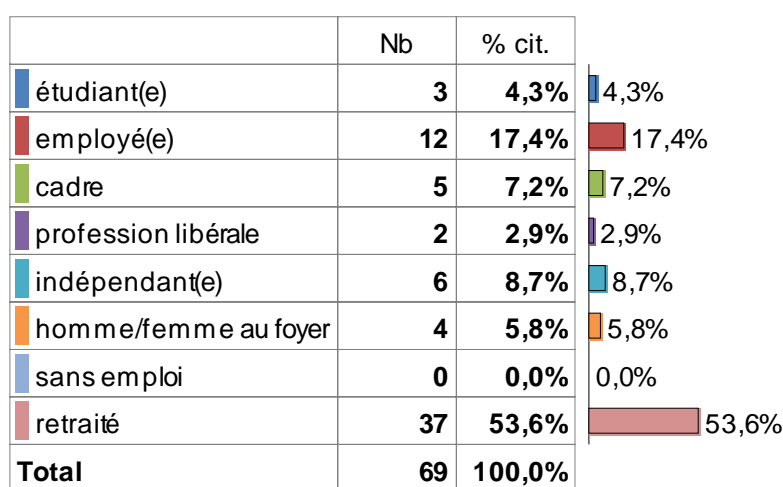
A noter qu'il faut soustraire à ce montant les dépenses liées à l'achat de billets d'entrée, puisque les recettes de la billetterie ont déjà été comptabilisées lors de l'enregistrement des dépenses du Comité d'organisation, soit environ 10% du budget de l'évènement, ce qui représente CHF 260'000.-. L'impact direct émanant des dépenses des visiteurs s'élève donc à :

$$CHF 2'901'061 - CHF 260'000 = CHF 2'641'061.-, \text{ arrondis à CHF 2,6 millions.}$$

3.1.3. Les dépenses des bénévoles

Lors d'un évènement sportif, les spectateurs ne sont pas les seuls à dépenser de l'argent. Bien qu'ils bénéficient de certains avantages comme l'accès gratuit aux courses, les bénévoles présents sur place pour travailler mettent également la main au porte-monnaie. Il convient donc de prendre en compte leurs dépenses dans le calcul de l'impact direct. Celles-ci ont été calculées sur le même modèle que les dépenses des visiteurs, en sélectionnant d'abord les bénévoles non-résidents puis en définissant des strates de population. Les catégories de bénévoles sont au nombre de sept puisque seule la situation professionnelle a été prise en compte, la constitution du groupe n'étant pas prépondérante ici.

Figure 7. Répartition des strates de bénévoles non-résidents selon la variable « profession »



Source : Questionnaire bénévoles, figure de l'auteur

Comme D. Crettol l'avait annoncé lors d'une communication personnelle, on remarque que la catégorie des retraités est largement majoritaire au sein des bénévoles (53,6%), suivie, mais de loin, des employés (17,4%). En tout, 69 bénévoles ayant répondu à l'enquête ne résident pas dans la station de Crans-Montana, ce qui représente le 81% des personnes interrogées.

Suite à cela, les dépenses des bénévoles ont ainsi été estimées comme suit, à nouveau selon la même méthode que pour les spectateurs :

Tableau 9. Calcul des dépenses totales des bénévoles (en CHF)

	Dépenses journalières moyennes par personne	Population (fréquences absolues)	Population (fréquences relatives)	Population totale	Dépenses totales
Étudiant(e)	CHF 25	3	4.3%	9	CHF 218
Employé(e)	CHF 40	12	17.4%	35	CHF 1'413
Cadre	CHF 51	5	7.2%	15	CHF 745
Profession libérale	CHF 93	2	2.9%	6	CHF 547
Indépendant(e)	CHF 71	6	8.7%	18	CHF 1'254
Homme/Femme au foyer	CHF 24	4	5.8%	12	CHF 283
Sans emploi	CHF 0	0	0.0%	0	CHF 0
Retraité	CHF 38	37	53.6%	109	CHF 4'135
Totaux		69	99.9%	203	CHF 8'595

Source : Questionnaire bénévoles, tableau de l'auteur

En tout, il y avait environ 250 bénévoles sur l'entier de l'évènement, dont 81% non-résidents, ce qui représente 203 personnes amenant de l'argent neuf dans la station. Le total des dépenses des bénévoles s'élève ainsi à CHF 8'595.-.

3.1.4. L'impact direct total de la Coupe du Monde Hommes de ski alpin 2012

L'enquête auprès des fédérations de ski n'ayant donné aucun résultat, il n'a pas été possible de prendre en compte les dépenses des participants. Par conséquent, les dépenses rentrant dans le calcul de l'impact direct de la Coupe du Monde de ski sur la station de Crans-Montana sont :

- Les dépenses du Comité d'organisation : CHF 1'221'000.-
- Les dépenses des spectateurs : CHF 2'641'061.-
- Les dépenses des bénévoles : CHF 8'595.-

Finalement, l'impact direct total de l'évènement sur la région analysée est de

$$\text{CHF 1'221'000} + \text{CHF 2'641'061} + \text{CHF 8'595} = \text{CHF 3'870'656.-,}$$

arrondis à CHF 3,9 millions.

Un montant qui profite plus ou moins fortement aux divers commerçants et entreprises locales.

3.1.5. Les impressions des commerçants

Suite à l'évènement, une enquête fut menée auprès des commerçants pour connaître leur impression sur cet impact direct. Sur 246 établissements interrogés, 26 y ont répondu, ce qui a permis d'identifier plusieurs tendances (annexes IX à XIII) :

- Les hôteliers et restaurateurs sont la catégorie la plus représentée avec neuf établissements, soit environ 35% des sondés ;
- En début de questionnaire, près de 90% des commerces interrogés affirment que la Coupe du Monde de ski a eu une influence d'une façon ou d'une autre sur leurs affaires ;
- 27% d'entre eux qualifient cette influence de très importante ;
- Les proportions changent toutefois lorsque des ordres de grandeur sont émis. Ainsi, la proportion des commerçants déclarant une augmentation de leur chiffre d'affaire descend à 60% ;
- Un seul commerçant accuse une légère baisse de son chiffre d'affaires ;
- 40% des commerces ressentent l'effet de la Coupe du Monde sur la marche de leurs affaires uniquement pendant la durée de l'évènement;
- Finalement, un peu plus du 90% des commerçants interrogés sont favorables à la Coupe du Monde de ski alpin dans leur station.

Ces résultats reflètent une impression générale positive de la part des commerçants, qui apparemment confirment bénéficier de l'impact économique de l'évènement. Ce ne sont toutefois que des estimations communiquées anonymement par les établissements. Afin de corroborer ces statistiques, il conviendrait de s'appuyer sur des chiffres concrets, malheureusement indisponibles pour cette étude.

3.2. Impact secondaire et impact total

L'impact direct désormais connu permet de calculer l'impact total de la Coupe du Monde de ski sur Crans-Montana, grâce à l'application du multiplicateur régional. Il est ensuite possible d'en déduire les impacts indirects et induits. A noter que ces deux derniers ne sont pas dissociables puisqu'ils sont regroupés dans le même nombre-clé. Comme vu précédemment dans la partie théorique, le multiplicateur utilisé pour les régions de montagne est de 1,37 (Schnyder, Doctor & Vogel, 2011, p. 21). Ce nombre signifie que chaque franc dépensé rapporte en réalité CHF 1,37 au territoire analysé. Le calcul est donc le suivant :

$$\text{CHF } 3'870'656.- * 1,37 = \text{CHF } 5'302'799.-, \text{ arrondis à CHF } 5,3 \text{ millions.}$$

Ce montant représente l'effet total de l'évènement. Par une simple soustraction, il est à présent possible de calculer ses effets indirects et induits :

$$\text{Impact total} - \text{Impact direct} = \text{Impacts indirects et induits}$$

Traduit en chiffres, ce calcul donne le résultat suivant :

$$\text{CHF } 5'302'799 - \text{CHF } 3'870'656 = \text{CHF } 1'432'143.-, \text{ arrondis à CHF } 1,4 \text{ millions.}$$

3.3. Autres impacts

En plus des impacts tangibles présentés ci-dessus, un évènement sportif engendre des impacts intangibles qui peuvent parfois être plus importants que les premiers, mais qui restent difficiles à quantifier d'après Steiner et Thöni (1999, p. 111). Néanmoins, et toujours selon les mêmes auteurs, ces impacts « devraient au moins être clarifiés, mis en avant et établis de manière quantitative. » (1999, p. 111). Chappelet rappelle alors que

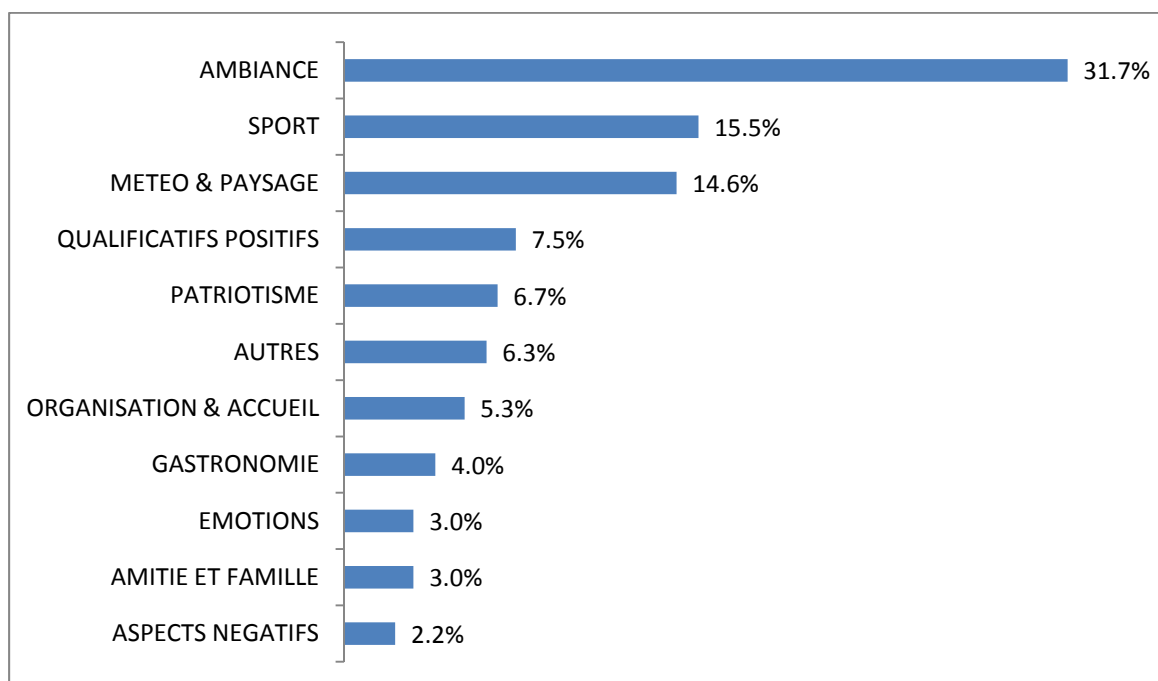
L'impact économique direct a surtout des effets à court terme et ne peut donc être le seul justificatif des dépenses publiques qui pourraient être plus efficaces dans un autre domaine (coût d'opportunité). Les effets socioculturels (en particulier d'image) sont à court et moyen terme, et la vitesse à laquelle ils disparaissent varie en fonction de l'importance de l'évènement. Enfin, les impacts environnementaux sont à court (déplacements), moyen (déchets à éliminer) et long terme (occupation du sol). (2007, p.18).

Les sous-chapitres suivants ont pour objectif d'évoquer certains de ces autres effets provoqués par la Coupe du Monde de ski.

3.3.1. Impacts socioculturels

D'après Chappelet, un évènement sportif « contribue au dynamisme régional et à l'intégration sociale des personnes impliquées », tout en faisant naître une certaine « fierté civique » dans le cœur des gens (2007, p. 14). Les impressions des nombreux participants, spectateurs ou bénévoles, ont donc été récoltées à l'aide des questionnaires. Les enquêtés étaient amenés à citer trois mots résumant l'impression générale que leur laissait l'évènement. Les résultats sont représentés dans les graphiques ci-après :

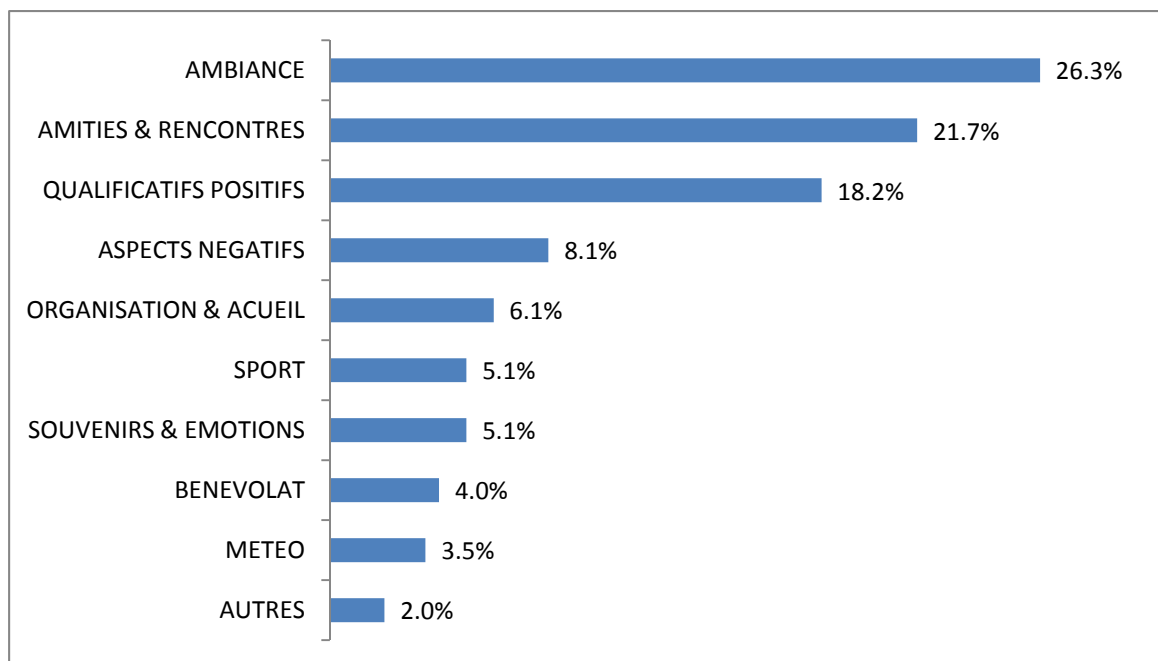
Figure 8. Mots cités par les spectateurs pour résumer l'image que leur a laissée la Coupe du Monde Hommes de ski alpin 2012 à Crans-Montana



Source : Questionnaire spectateurs, figure de l'auteur

Dans le cas des spectateurs, les expressions se rapportant à l'ambiance et à la fête sont largement les plus fréquemment citées. Ce résultat reflète l'esprit festif qui régnait pendant la Coupe du Monde de ski, que les gens gardent en mémoire plus encore que la compétition en elle-même.

Figure 9. Mots cités par les bénévoles pour résumer l'image que leur a laissée leur expérience à la Coupe du Monde Hommes de ski alpin 2012 à Crans-Montana



Source : Questionnaire bénévoles, figure de l'auteur

Les bénévoles ont aussi été marqués par les aspects d'ambiance et de fête mais relèvent un autre point important pour eux qui ne se retrouve pas chez les spectateurs. Il s'agit du souvenir laissé par les amitiés et surtout les rencontres. En effet, plus de 20% d'entre eux citent l'esprit de camaraderie et la solidarité régnant au sein des bénévoles, ainsi que le contact humain apprécié, notamment avec les sportifs participants à la compétition.

En se basant sur ces impressions recueillies, on peut conclure que la Coupe du Monde de ski a eu un impact largement positif sur le public et les bénévoles. L'évènement leur a permis de passer de bons moments ou de créer de nouvelles amitiés et leur a laissé un souvenir agréable.

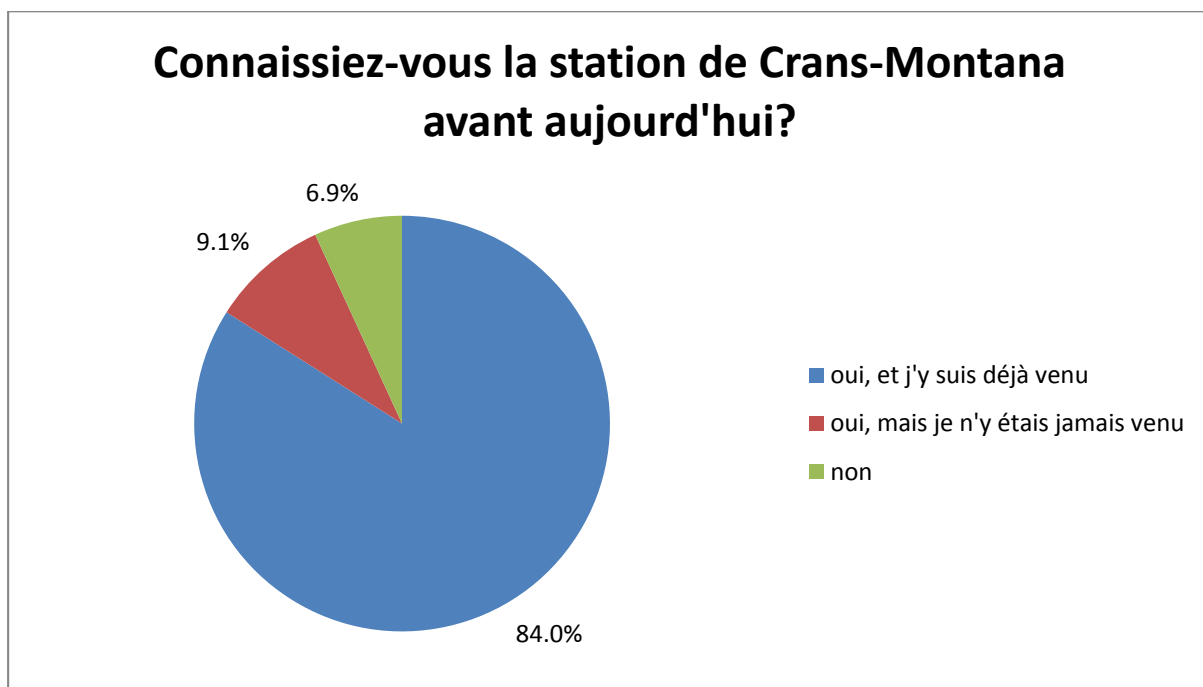
3.3.2. Impacts marketing

Dans le cas du marketing, un évènement peut servir d'instrument pour augmenter la notoriété d'une région. Il existe ainsi plusieurs cas de figure selon Steiner et Thöni (1999, pp. 115-116) :

- Les gens déjà intéressés par le sport prennent connaissance de la station ;
- Les gens qui ne pratiquent pas spécialement de sport, apprennent à connaître la station en même temps qu'ils découvrent la région ;
- Les journalistes qui rapportent l'évènement utilisent leur connaissance de la région à posteriori, répandant sa réputation comme un multiplicateur ;
- Le fait qu'une ville ou une région ait accueilli un évènement peut être utilisé plus tard dans des campagnes de publicité.

Dans le cas de Crans-Montana, la grande majorité des visiteurs non-résidents venus pour la Coupe du Monde de ski connaissaient déjà la station et y étaient même déjà venus, comme le montre la figure ci-après. Ceci prouve que Crans-Montana est une station déjà bien connue du public présent pour la compétition.

Figure 10. Notoriété de la station de Crans-Montana

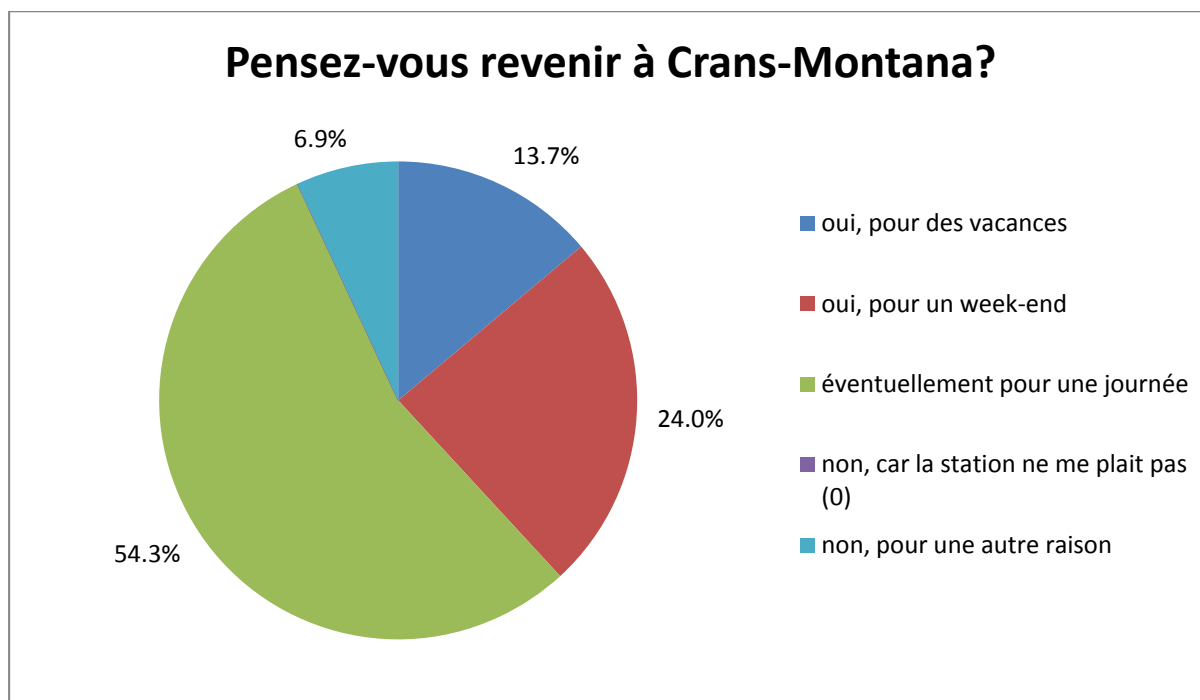


Source : Questionnaire spectateurs, figure de l'auteur

Le défi est donc de délivrer aux spectateurs une expérience de la station positive afin de leur donner envie d'y revenir. Ainsi, la figure ci-après permet de constater que plus de 90% des personnes interrogées pensent revenir à Crans-Montana, que ce soit pour des vacances, pour un week-end ou pour une journée, cette dernière possibilité réunissant la plus grande part de personnes avec 54,3%. Seuls 6,9% des sondés affirment ne pas avoir l'intention de revenir dans la station. Parmi ceux-ci, environ la moitié évoque comme raison la possession d'un chalet ou appartement dans une autre station alpine et l'autre moitié

nuance ce non en avouant quand même envisager de revenir à Crans-Montana pour une autre Coupe du Monde.

Figure 11. Pourcentage de personnes pensant revenir ou non à Crans-Montana



Source : Questionnaire spectateurs, figure de l'auteur

Les retombées en termes d'image sont hautement considérées par M. Robyr qui certifie dans son interview avec le journal *Regards* que « tout le monde veut skier sur la mythique piste Nationale où les meilleurs coureurs du monde se sont mesurés » (Pitteloud, 2012, p. 11). Mais pour le président du CO, cette image dépasse largement la station de Crans-Montana : « Au-delà de Crans-Montana, c'est tout le Valais qui ressort gagnant de ces épreuves. Cette image n'a pas de prix. » (Spahr, 2012, p. 2). Chappelet soulève aussi cet aspect en affirmant qu'« On est là en présence d'un véritable marketing territorial de ces régions. La difficulté dans ce domaine est de maintenir notoriété et image bien au-delà d'un évènement donné. » (2007, p. 15) Ce qui rend l'impact de notoriété justement très difficile à évaluer puisque cela s'effectue sur le long terme. Difficulté d'autant plus grande que les raisons qui poussent les touristes à venir dans une région sont rarement identifiables de manière claire et précise.

Tout comme la notoriété, la notion de *legacy*² se développe sur le long voire très long terme et fait référence à l'image positive d'une région. Ce legacy est donc l'héritage d'un évènement qui permettra à la station hôte de se profiler de telle ou telle façon au fil des ans, justifiant ainsi un financement public d'évènements sportifs en particulier sous forme

² Héritage en anglais

d'investissements bien pensés. » (Chappelet, 2007, p. 18). C'est le cas pour l'évènement et la station analysés puisque Crans-Montana entend voir « plus loin que ces trois courses. » (Spahr, 2012, p. 2), se profilant comme une station phare des courses internationales de ski alpin dans les années à venir (M. Robyr, communication personnelle, 13 juin 2012).

3.3.3. Impacts sur les infrastructures

D'après M. Robyr, la Coupe du Monde a « permis à la Nationale d'être totalement remodelée et remise au goût du jour », notamment en l'élargissant, l'adaptant ainsi au nouveau style de ski, soit le carving. Cette remise au goût du jour a représenté un investissement de 5,5 millions de francs suisses avancés par l'ACCM (Spahr, 2012, p. 2). Le bâtiment sis au bas de la Nationale a également été rénové pour l'occasion, pour un montant de CHF 250'000.-.

Finalement, l'accueil et le succès des coupes du monde a permis à d'autres projets de voir le jour, encourageant la volonté de la station de se démarquer dans le circuit international de ski. Ainsi, trois projets d'un montant global situé entre cinq et sept millions (Spahr, 2012, p. 2) sont évoqués par M. Robyr (communication personnelle, 13 juin 2012) :

- 1) Éclairer le stade de slalom (coût : environ CHF 4 mios) ;
- 2) Installer des tribunes fixes dans le stade d'arrivée, soit environ 5'000 places assises et debout adossées à la forêt qui devra être en partie déboisée, comme le révèle Spahr dans son article sur le sujet (2012, p. 2). Ces tribunes permettraient également d'utiliser le stade pour d'autres évènements tout au long de l'année, par exemple pour des combats de reine ou des concerts. (coût : entre CHF 500'000.- et CHF 1 mio) ;
- 3) Remodeler la piste du Mont-Lachaux (piste utilisée pour la course dames en 1987) afin de lui permettre d'accueillir des coupes du monde hommes et femmes (travaux semblables à ceux effectués sur la Nationale ; coût : CHF 2 mios).

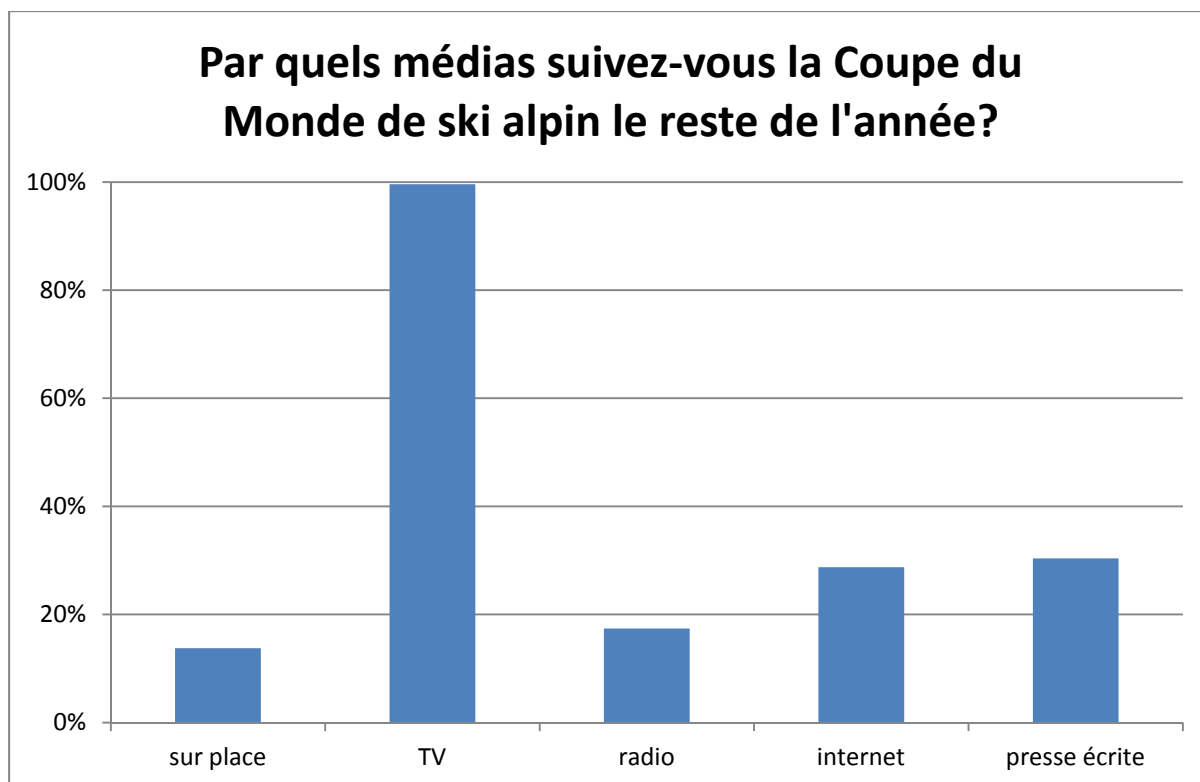
M. Robyr présentera ces différents projets à l'ACCM dans le courant du mois de juillet 2012, la priorité allant au remodelage de la piste du Mont-Lachaux dont les travaux devraient débiter l'année prochaine, soit en 2013. Pour le président du CO, il s'agit d' « être prêt quand les opportunités de la FIS se présenteront et non pas attendre que l'on nous attribue un slalom nocturne pour envisager ce financement. » (Spahr, 2012, p. 2).

3.3.4. Impacts médiatiques

Pour un évènement d'envergure internationale tel que la Coupe du Monde de ski alpin, les impacts médiatiques sont particulièrement importants et jouent un rôle prépondérant

dans la réussite de la manifestation. En effet, dans le cas présent, les médias ont en partie financé l'évènement par le biais des droits de diffusion (Spahr, 2012, p. 2) mais on aussi engendré certaines dépenses puisqu'il a fallu installer une vingtaine de cabines sur le toit du bâtiment de la Nationale pour accueillir les quelques 25 chaînes de télévision retransmettant la compétition (Spahr, 2012, p. 2). Selon le responsable médias, H. Steinegger (communication personnelle, 16 juin 2012), 343 journalistes, représentant plus de 50 médias du monde entier (tous types confondus), se sont rendus à Crans-Montana pour couvrir la Coupe du Monde (annexe XIV). Le graphique ci-après montre cependant l'importance de la télévision face aux autres médias, largement préférée à la radio, à internet, à la presse écrite et au suivi sur place. En effet, sur les 248 spectateurs sondés affirmant suivre la compétition le reste de l'année (86,5% de la totalité des personnes interrogées), 99,6% le font sur le petit écran. Ce pourcentage laisse donc penser que le potentiel médiatique de tels évènements est très grand et permet à la station hôte de toucher un public très large.

Figure 12. Les types de médias utilisés par les spectateurs pour suivre la Coupe du Monde de ski alpin le reste de l'année



Source : Questionnaire spectateurs, figure de l'auteur

Or, impact médiatique important ne rime pas forcément avec impact économique alléchant. Chappelet explique que « les manifestations les plus médiatisées ne sont pas obligatoirement celles qui ont le meilleur impact économique. » (2007, p. 19). En effet, ce

sont avant tout les dépenses réalisées sur place par les participants et les spectateurs venus de l'extérieur qui influenceront l'économie locale.

3.3.5. Impacts négatifs

L'accueil de la Coupe du Monde de ski a aussi eu quelques effets négatifs, que le Comité d'organisation s'est toutefois efforcé de minimiser, comme le note M. Robyr dans son interview avec le journaliste X. Pitteloud : « Toute la piste Nationale est à disposition des skieurs, sauf la partie inférieure depuis le Mur des Oulès » (2012, p. 11), ce qui devrait permettre de perturber le moins possible les gens venus pour skier la même semaine. Le Comité d'organisation avait également mis à disposition des skieurs toutes les informations relatives à la fermeture et à l'utilisation de la fameuse Nationale, consultables au départ des télécabines (Pitteloud, 2012, p.11). M. Robyr assurait ainsi avant l'évènement que « les perturbations seront moindres (sic.). » (Spahr, 2012, p. 3).

Les animations annexes ont également eu certains effets négatifs, notamment au niveau des nuisances sonores et en particulier en ce qui concerne les démonstrations du PC-7 Team. En effet, ces derniers s'entraînaient également les jours précédents l'évènement, rallongeant ainsi le temps de dérangement. Toutefois, M. Robyr affirmait dans Le Nouvelliste que « le spectacle vaudra largement ces quelques désagréments (sic.). » et appelait le public à une certaine compréhension et tolérance (Spahr, 2012, p. 2).

3.4. Synthèse des résultats de l'analyse d'impact

Arrivés à la fin de cette étude, il est possible de confirmer l'hypothèse selon laquelle la Coupe du Monde Hommes de ski alpin 2012 aurait un impact sur la station de Crans-Montana. Cet effet se révèle positif, comme le résume le tableau récapitulatif des principaux résultats ci-après.

Tableau 10. Tableau récapitulatif de l'impact économique

Budget de l'évènement	CHF 2'600'000.-
Multiplicateur régional	1,37
Impact économique direct	CHF 3'900'000.-
Impacts économiques indirects et induits	CHF 1'400'000.-
Impact économique total	CHF 5'300'000.-

Source : Tableau de l'auteur

Conclusion

L'analyse d'impact révèle que la Coupe du Monde Hommes de ski alpin qui s'est déroulée du 24 au 26 février 2012 à Crans-Montana a eu un impact économique considérable d'environ 5,3 millions de francs suisses sur la station. De quoi encourager organisateurs et pouvoirs publics à atteindre leur objectif à long terme : « organiser des Championnats du Monde de ski alpin. Après le souvenir exceptionnel laissé par ceux de 1987, on ne peut pas faire autrement. » (Pitteloud, 2012, p. 11). Cependant, comme le souligne Késenne, le sport ne devrait pas être subventionné uniquement sur la base de raisons économiques. En effet, c'est en toute logique que l'auteur explique qu'il s'agit d'un mauvais argument puisque le sport n'est dans le Top 10 des secteurs industriels d'aucun classement national (1999, p. 31). Par conséquent, il est primordial de prendre également en compte l'impact sur la productivité, la santé ou l'intégration sociale (1999, p. 32). Dans cette optique, l'étude réalisée ici montre que la Coupe du Monde de ski alpin n'a pas seulement engendré des flux monétaires non négligeables mais a aussi eu des effets tant sur un plan socioculturel, que médiatique, infrastructurel ou encore de notoriété. Cette analyse d'impact démontre dès lors l'importance d'un évènement sportif de grande envergure pour la région qui l'accueille en mettant en avant les effets multiples et plurisectoriels qu'il provoque. Néanmoins, les contraintes de temps et de budget n'ont pas permis d'approfondir ces effets. Il serait donc intéressant de s'y attarder plus longuement pour avoir un meilleur aperçu des impacts à long terme pour la station.

Finalement, pour que qu'un évènement profite au maximum à l'économie locale, l'évènement doit être pensé de façon à apporter le plus de bénéfices possible dès sa conception, par exemple en mandatant des entreprises locales lorsque la situation le permet. Steiner et Thöni expliquent ainsi que

Les méga-évènements sportifs ont clairement un caractère instrumental pour le développement économique d'une région. Ce caractère instrumental n'est d'aucune façon automatique. Afin d'être effectif dans ce sens, les méga-évènements sportifs doivent être perçus et utilisés de manière consciente et planifiés de manière stratégique dans une perspective d'objectifs clairs de développement régional. (1999, p. 128).

Dans ce sens, la station a déjà clairement émis son ambition de devenir un rendez-vous régulier dans le calendrier FIS des courses internationales et se prépare d'ailleurs déjà à accueillir l'élite mondiale féminine en 2014, en espérant retrouver les hommes de manière plus régulière dès 2017. Le Comité d'organisation ayant de plus atteint tous les objectifs qu'il s'était fixé à l'aube de la Coupe du Monde 2012 présentement analysée, Crans-Montana devrait avoir de beaux jours devant elle dans la tenue de compétitions internationales de ski alpin.

Je déclare, par ce document, que j'ai effectué le travail de bachelor ci-annexé seule, sans autre aide que celles dûment signalées dans les références, et que je n'ai utilisé que les sources expressément mentionnées. Je ne donnerai copie de ce rapport à un tiers sans l'autorisation conjointe du RF et du professeur chargé du suivi du travail de bachelor, y compris au partenaire de recherche appliquée avec lequel j'ai collaboré, à l'exception des personnes qui m'ont fourni les principales informations nécessaires à la rédaction de ce travail et que je cite ci-après : Monsieur Marius Robyr.

Sierre, le 8 juillet 2012



Sarah Merminod

Références

- AKENA Technologies. (2012). *Plan de la station de ski et de sports d'hiver Crans-Montana*. Consulté le 03.07.2012, disponible sur Sports-Hiver.com: http://www.sports-hiver.com/FR/Resort_guide/ski_resort_map.php?idv=795
- Barget, É. (1997, septembre). Méthodologie du calcul d'impact économique des spectacles sportifs: De nombreuses études, un impact toujours mal connu. (P. Mallon, Éd.) *Les Cahiers Espaces* (52), pp. 164-176.
- Brand, A. (2003). *L'impact touristique des grandes manifestations sportives suisses*. (M. Scaglione, Éd.) Lausanne: Travail de mémoire.
- Brighenti, O., Clivaz, C., Délétroz, N., & Favre, N. (2005). *De l'idée à la réussite: guide de candidature à des événements sportifs pour responsables politiques et administratifs*. (J.-L. Chappelet, Éd.) Chavannes-Lausanne: IDHEAP.
- Cajoux, G. (février 2012). 1987, le ski suisse domine le monde. *Le Matin* (52), 42-43.
- Cassaz, G. (février 2012). Du beau monde à Veysonnaz. *Le Nouvelliste* (45), 25.
- Chappelet, J.-L. (2004, décembre). Événements sportifs et développement territorial. (P. Bayeux, Éd.) *Revue européenne de management du sport* (12), pp. 5-29.
- Charrier, D., & Jourdan, J. (2009). L'impact touristique local des grands événements sportifs: une approche qualitative de la Coupe du monde de rugby en Île-de-France. *Téoros*, 28 (2), pp. 45-54.
- Claivaz, P. (février 2012). Vraie troupe de professionnels. *Le Nouvelliste* (45), 12.
- Davidson, L. (1999). Choice of a proper methodology to measure quantitative and qualitative effects of the impact of sport. Dans C. Jeanrenaud (Éd.), *The Economic Impact of Sport Events* (pp. 9-28). Neuchâtel: Centre International d'Etude du Sport.
- Desbordes, M., & Falgoux, J. (2007). *Organiser un événement sportif* (éd. 3e édition). Paris: Eyrolles Editions d'Organisation.
- Dwyer, L., Forsyth, P., & Dwyer, W. (2010). *Tourism Economics and Policy*. Bristol/Buffalo/Toronto: Channel View Publications.
- Evans, G. (2011, mai 17). *The Economic Impact Of The 2011 Rugby World Cup In New Zealand*. Consulté le 02.07.2012, disponible sur SportsPro: http://www.sportspromedia.com/guest_blog/the_economic_impact_of_the_2011_rugby_world_cup_in_new_zealand/

- Késenne, S. (1999). Miscalculations and misinterpretations in economic impact analysis. Dans C. Jeanrenaud (Éd.), *The Economic Impact of Sport Events* (pp. 29-39). Neuchâtel: Centre International d'Etude du Sport.
- Lang, P. (s.d.). *The FIS Ski World Cup*. Consulté le 27.06.2012, disponible sur FIS Ski World Cup:
<http://www.fisalpine.com/fis-info/world-cup-history.html>
- Maurence, E. (2012, avril). La mesure de l'impact économique d'un évènement touristique: guide méthodologique. *Sous-direction de la Prospective, des Etudes Economiques et de l'Evaluation (P3E)*.
- Organisation courses Coupe du Monde Hommes 2012. (2012a). *Archives*. Consulté le 15.05.2012, disponible sur Ski WorldCup Crans-Montana 2012:
<http://www.skicm-cransmontana.ch/fr/archives/>
- Organisation courses Coupe du Monde Hommes 2012. (2012b). *Billets*. Consulté le 15.05.2012, disponible sur Ski WorldCup Crans-Montana 2012:
<http://www.skicm-cransmontana.ch/fr/spectateurs/billets/>
- Pigeassou, C. (s.d.). *Le tourisme sportif: cadre d'analyse et contexte. L'exemple de la ...* Consulté le 15.06.2012, disponible sur YouTube:
<http://www.youtube.com/catalogue/presentations/le-tourisme-sportif-cadre-d-analyse-et-contexte-l-exemple-de-la-370205>
- Pitteloud, X. (février 2012). Week-end géant à Crans-Montana. *Regards* (82), 10-11.
- Schnyder Dr., M., Doctor, M., & Vogel, M. (2011). *Hauptstadtregion Schweiz: Eine Analyse des Wertschöpfungssystems eines Politzentrums - Work Package 2: Regionalwirtschaftliche Bedeutung & Wertschöpfung des Hauptstadtregion Schweiz in zwei ausgewählten Teilregionen*. Fachhochschule Westschweiz / Wallis (HES-SO Wallis), Institut für Tourismus. Siders: Institut für Tourismus (ITO).
- Spahr, C. (février 2012). "Des courses en plein carnaval, un gros défi". *Le Nouvelliste* (39), 2-3.
- Steiner, M., & Thöni, E. (1999). Sport as a tool for regional development: the case of Graz 2002. Dans C. Jeanrenaud (Éd.), *The Economic Impact of Sport Events* (pp. 109-134). Neuchâtel: Centre International d'Etude du Sport.
- Stettler, J., Rütter, H., Linder, P., Mehr, R., Liebrich, A., de Bary, A., et al. (2005). *Volkswirtschaftliche Bedeutung von Sportgrossanlässen: Indikatorenbildung und Vereinfachung der Methodik*. Luzern: KTI Projekt.
- Stynes, D. J. (1997). *Economic Impacts of Tourism*. Illinois Bureau of Tourism, Department of Commerce and Community Affairs.

Annexe I : Historique des Courses de ski à Crans-Montana

Courses de ski à Crans-Montana

1911	7.01.	1 ^{re} course de descente à skis de l'histoire, du Glacier de la Plaine-Morte jusqu'en dessous de Montana, organisée par Sir Henry S. Lunn
1944-1966		Trophée du Mont-Lachaux
1977	25/26.01. Novembre	Coupe du Monde Dames , DH/SL/K World Series Dames & Hommes
1978	Février Mars	Coupe d'Europe Dames Tournoi des 7 Nations
1979	9-15.01. Décembre	Coupe du Monde Hommes , SL/DH/SL/K Coupe d'Europe Dames
1980	Décembre	Coupe d'Europe Dames
1981	19-21.01. 21.12.	Coupe du Monde Dames , DH/SL/K Coupe du Monde Hommes , DH
1983	Décembre	Coupe d'Europe Hommes
1984	Janvier	Coupe citadine Sir Arnold Lunn Course FIS Hommes
1986	1/2.02. 3-5.02.	Coupe du Monde Dames , 2 DH Coupe du Monde Hommes , 2 SG/K
1987	Janvier	Coupe d'Europe Dames
1990	27.01.-8.02. Mars Avril	Championnats du Monde Trophée Sergio Tacchini (Les Adieux de Pirmin Zurbriggen) Championnats suisses
1991	Janvier	Championnats du Monde des journalistes
1992	19-22.03.	Finales Coupe du Monde , SG/GS/SL Coupe d'Europe Hommes
1994	18.01.	Coupe du Monde Hommes , GS Coupe d'Europe Hommes
1996	21.12.	Coupe du Monde Dames , SL Coupe d'Europe Dames
1998	Janvier 13-15.03.	Interbanuario Finales Coupe du Monde , DH/GS/SL
2000	Janvier	Championnats du Monde Handi 2000
2003	Janvier	Interski (Congrès mondial des professeurs de ski)
2006	Janvier	CWSA British Services International Alpine Ski & Snowboard Championships
2008	17-19.01. 20/21.01. 8/9.03. 10.03.	Coupe d'Europe Hommes Courses FIS Hommes Coupe du monde Dames , DH/SC Course FIS Dames
2009	9-15.03.	Finales Coupe d'Europe
2010	25.01. 26.01. 5-7.03.	Coupe d'Europe Dames Course FIS Dames Coupe du Monde Dames , SC/DH/SG
2011	29.01-6.02. 2/3.04.	Championnats du Monde Junior FIS , DH/SG/GS/SL «Course» Mémorial 100 ans de la 1 ^{re} course de descente à skis de l'histoire
2012	25/26.02.	Coupe du Monde Hommes , SG/GS

DH: Descente/Downhill/Abfahrt, SG: Super-G, GS: Slalom Géant/Giant Slalom/Riesenslalom, SL: Slalom, K: Combiné/Combined/Kombination

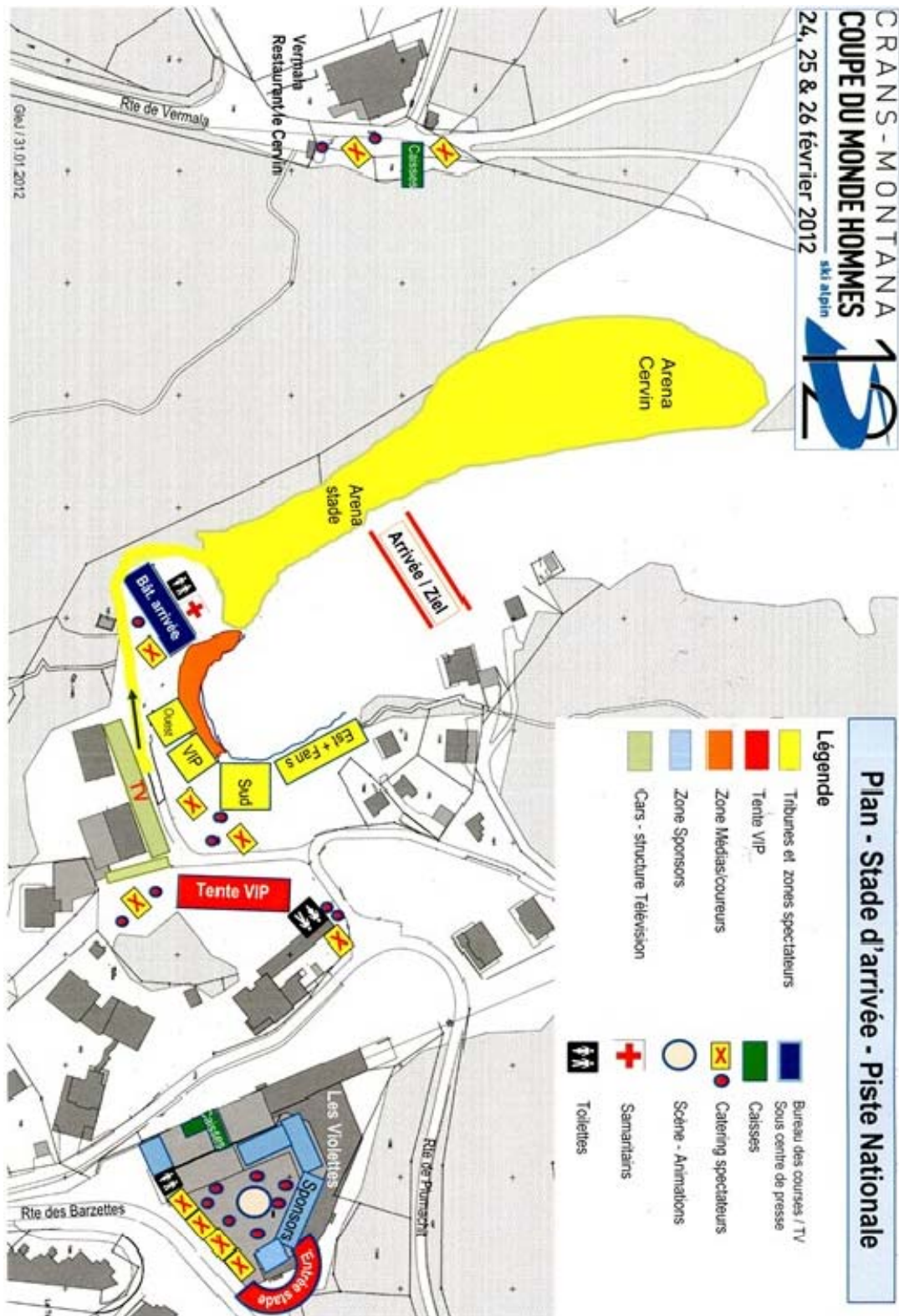
Source : (Organisation courses Coupe du Monde Hommes 2012, 2012a)

Annexe II : Tracés des pistes et zones spectateurs



Source : (Organisation courses Coupe du Monde Hommes 2012, 2012b)

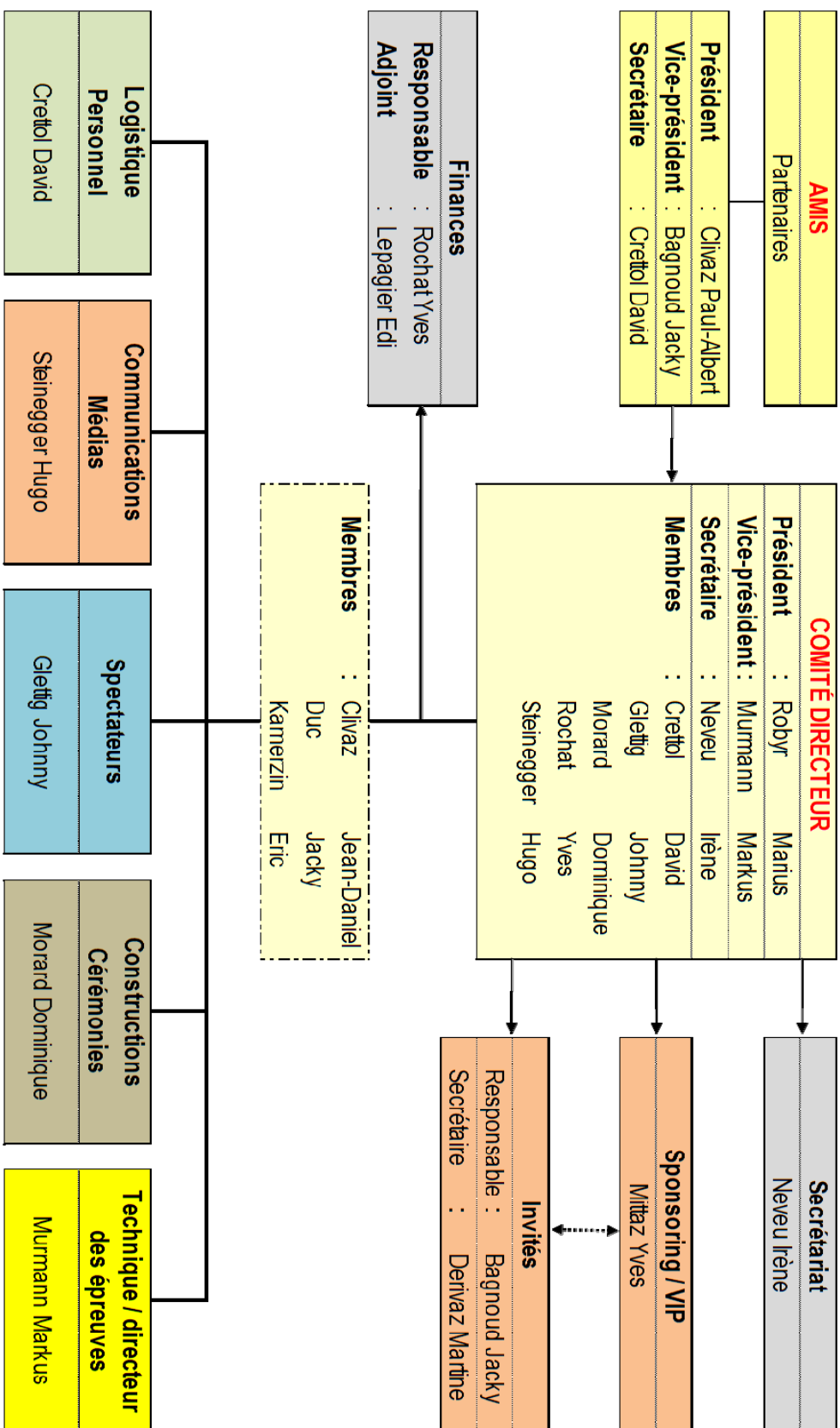
Annexe III : Aménagement de l'aire d'arrivée, au bas de la piste Nationale



Source : (Organisation courses Coupe du Monde Hommes 2012, 2012b)

Annexe IV : Organigramme général du Comité d'organisation 2012

Organigramme général



Source : (M. Robyr, communication personnelle, 13 juin 2012)

Annexe V : Questionnaire pour l'enquête en face-à-face auprès des spectateurs³

Enquête auprès des spectateurs de la CMSki 2012 à Crans-Montana

Travail de Bachelor 2012 - HES-SO Valais, filière tourisme

Etudiante en dernière année de la HES-SO Valais en filière tourisme, j'effectue une analyse d'impact de l'étape de la Coupe du Monde de Ski hommes 2012 de ce week-end sur la station de Crans-Montana. Le questionnaire ci-dessous devrait me permettre de récolter des informations précieuses pour la suite de mon travail. Je vous remercie d'avance de prendre un peu de temps pour répondre à ces questions. Votre anonymat est garanti.

Le ski alpin

1. Pratiquez-vous le ski alpin?

oui non

2. Si non, pratiquez-vous une autre discipline alpine ?

non oui, le snowboard oui, le télémark oui, le snowblade oui, une autre discipline non citée

3. Skiez-vous aujourd'hui?

oui non

La Coupe du Monde de Ski hommes

4. Êtes-vous déjà allé(e) voir une autre étape de la Coupe du Monde de Ski hommes?

oui non

5. Si oui, combien de fois déjà?

6. Avez-vous assisté à une autre étape cet hiver?

oui non

7. Si oui, à quelle(s) étape(s) vous êtes-vous rendu(e) cet hiver?

8. Suivez-vous cet événement le reste de l'année?

oui non

9. Si oui, au travers de quel(s) média(s)?

sur place TV radio internet presse écrite

Crans-Montana

10. Connaissez-vous la station de Crans-Montana avant aujourd'hui?

oui, et j'y suis déjà venu(e) oui, mais je n'y étais jamais venu(e) non

11. Êtes-vous venu(e) uniquement pour la Coupe du Monde de Ski?

oui, uniquement pour la course je suis venu(e) pour la course et j'en profite pour skier aussi
 non, je suis ici en vacances non, j'habite ici (indigène)
 je suis venu(e) par hasard je suis venu(e) pour une autre raison

12. Si autre, précisez:

13. Si vous êtes ici en vacances, l'accueil de la Coupe du Monde à Crans-Montana a-t-il été un facteur déterminant dans la décision de vacances (date et lieu)?

oui non

14. Citez 3 mots qui résument l'image que vous laissez cette étape de Coupe du Monde de Ski à Crans-Montana:

³ Questionnaire traduit en anglais et en allemand

15. Pensez-vous revenir à Crans-Montana?

- oui, pour des vacances oui, pour un week-end éventuellement pour une journée
 non, car la station ne me plaît pas je suis indigène non, pour une autre raison

16. Si autre raison, précisez:

17. Avec qui passez-vous la journée?

- seul(e) en couple en famille entre amis avec un fan's club

18. Combien y a-t-il d'adultes dans le groupe?

19. Combien y a-t-il d'enfants dans le groupe?

20. Combien de jours restez-vous dans la station de Crans-Montana?

21. Quel est votre budget journalier pour la Coupe du Monde de Ski (tout compris, par personne, en CHF)?

22. Où se situent vos dépenses journalières?

- hébergement restaurant sur les pistes restaurant dans la station
 restauration sur le lieu de la manifestation remontées mécaniques transport et parking
 ticket(s) d'entrée boutiques souvenirs commerces de la station
 autre

23. Si autre, précisez:

24. Que pensez-vous des prix d'entrée de CHF 20.- pour les Arenas et CHF 30.- pour les tribunes?

- trop cher tout à fait correct bon marché pas assez cher

25. Comment avez-vous accédé à la station de Crans-Montana?

- en voiture jusqu'à Sierre puis bus navette ou funiculaire
 entièrement en transports publics
 en voiture jusqu'au parking de Chermignon/Lens/Bluche puis bus navette
 en car jusqu'à la station (fan's club)
 en hélicoptère
 j'habite la station ou possède une place de parc dans la station
 autre

26. Si autre, précisez:

Questions socio-démographiques

27. Dans quelle classe d'âge êtes-vous?

- moins de 18 ans 18-29 ans 30-39 ans 40-49 ans 50-59 ans 60-69 ans 70 ans et plus

28. Êtes-vous?

- une femme un homme

29. Dans quelle région se trouve votre domicile?

- Valais Suisse romande Suisse allemande Suisse italienne France Italie Allemagne autre

30. Si autre, précisez:

31. Quelle est votre situation professionnelle?

- étudiant(e) employé(e) cadre profession libérale indépendant(e) sans emploi retraité

32. Date de saisie

Annexe VI : Questionnaire pour l'enquête par courrier postal auprès des bénévoles

Enquête auprès des bénévoles de la CMSki 2012 à Crans-Montana

Travail de Bachelor 2012 - HES-SO Valais, filière tourisme

Le ski alpin

1. Pratiquez-vous le ski alpin?

1. oui 2. non

2. Si non, pratiquez-vous une autre discipline alpine?

1. non 2. oui, le snowboard 3. oui, le télémark 4. oui, le snowblade 5. oui, une autre discipline non citée

La Coupe du Monde de Ski hommes

3. Suivez-vous cet évènement le reste de l'année?

1. oui 2. non

4. Si oui, au travers de quel(s) média(s)?

1. sur place 2. TV 3. radio 4. internet 5. presse écrite

5. Avez-vous déjà assisté à une autre étape de la Coupe du Monde de ski hommes (dans toute votre vie)?

1. oui, en tant que spectateur 2. oui, en tant que bénévole 3. non

6. Si "oui, en tant que bénévole", combien de fois (dans toute votre vie)?

7. Vous engagez-vous comme bénévole à d'autres manifestations?

1. oui, principalement à des évènements de ski 2. oui, principalement à des manifestations sportives
 3. oui, principalement à des manifestations à Crans-Montana 4. oui, à d'autres types de manifestations
 5. non

Votre engagement à l'étape de Coupe du Monde de ski à Crans-Montana

8. Résumez en 3 mots le souvenir que vous laisse votre expérience de bénévole à cet évènement:

9. Seriez-vous prêt/e à revenir en tant que bénévole lors d'une prochaine Coupe du Monde?

1. oui 2. non

10. Si non, pourquoi?

11. Recommanderiez-vous cet expérience à d'autres personnes?

1. oui 2. non

12. A quel secteur étiez-vous affilié(e)?

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. Contrôle des portes | <input type="checkbox"/> 2. Lisseur | <input type="checkbox"/> 3. Accréditations |
| <input type="checkbox"/> 4. Bureau des courses | <input type="checkbox"/> 5. Chronométrage | <input type="checkbox"/> 6. Marquage des pistes |
| <input type="checkbox"/> 7. Fan's Club | <input type="checkbox"/> 8. Catering | <input type="checkbox"/> 9. Service d'ordre |
| <input type="checkbox"/> 10. Contrôle spectateurs | <input type="checkbox"/> 11. Comité directeur | <input type="checkbox"/> 12. Secrétariat |
| <input type="checkbox"/> 13. Finances | <input type="checkbox"/> 14. Sponsoring / VIP | <input type="checkbox"/> 15. Invités |
| <input type="checkbox"/> 16. Logistique/Personnel | <input type="checkbox"/> 17. Communication/Médias | <input type="checkbox"/> 18. Constructions/Cérémonies |
| <input type="checkbox"/> 19. Service Technique | <input type="checkbox"/> 20. Autre (merci de préciser) | |

13. Si autre, merci de préciser:

14. Avec qui vous êtes-vous inscrit comme bénévole?

1. seul(e) 2. avec mon/ma conjoint/e 3. avec ma famille (enfants, parents,...)
 4. avec des amis 5. avec des collègues de travail 6. avec un club (merci de préciser)
 7. autre (merci de préciser)

15. Si autre, merci de préciser:

16. Où avez-vous logé durant votre engagement en tant que bénévole?

1. A votre propre domicile 2. Sur place, à votre résidence secondaire 3. Sur place, chez des amis
 4. Sur place, à l'hôtel 5. Dans un abri PC 6. Autre (merci de préciser)

17. Si autre, merci de préciser:

18. En tout, combien de jours avez-vous consacré à l'étape de Coupe du Monde de ski hommes 2012 de Crans-Montana?

1. 1 2. 2 à 3 3. 4 à 7 4. 1 à 2 semaines 5. 2 à 4 semaines
 6. 1 à 3 mois 7. 4 à 6 mois 8. 6 mois à 1 année 9. plus d'une année

19. Êtiez-vous rémunéré(e) pour votre engagement à la Coupe du Monde de ski hommes 2012 à Crans-Montana?

1. oui 2. non

20. Combien avez-vous approximativement dépensé par jour lors de la Coupe du Monde de ski à Crans-Montana (tout compris, par personne et par jour, en CHF)?

1. moins de CHF 20.- 2. entre CHF 20.- et CHF 50.- 3. entre CHF 51.- et CHF 100.-
 4. entre CHF 101.- et CHF 200.- 5. plus de CHF 200.-

21. Quels ont été vos centres de dépenses?

1. hébergement 2. restaurants/bars sur les pistes
 3. restaurants/bars dans la station 4. restauration et bars sur le lieu de la manifestation
 5. remontées mécaniques 6. transport et parking
 7. ticket(s) d'entrée 8. boutiques souvenirs
 9. commerces de la station 10. autre

22. Si autre, merci de préciser:

Questions socio-démographiques

23. Dans quelle classe d'âge êtes-vous?

1. moins de 18 ans 2. 18-29 ans 3. 30-39 ans 4. 40-49 ans 5. 50-59 ans 6. 60-69 ans 7. 70 ans et plus

24. Êtes-vous?

1. une femme 2. un homme

25. Dans quelle région se trouve votre domicile principal?

1. Crans-Montana 2. Communes des Hauts-Plateaux 3. District de Sierre 4. Bas-Valais 5. Haut-Valais
 6. Suisse romande 7. Suisse allemande 8. Suisse italienne 9. autre

26. Si autre, merci de préciser:

27. Quelle est votre situation professionnelle?

1. étudiant(e) 2. employé(e) 3. cadre 4. profession libérale 5. indépendant(e) 6. homme/femme au foyer
 7. sans emploi 8. retraité

28. Date de saisie

Annexe VII : Questionnaire pour l'enquête en ligne auprès des commerçants de Crans-Montana

Coupe du Monde de Ski 2012 - Enquête auprès des commerçants

Travail de Bachelor 2012 - HES-SO Valais, filière tourisme

1. Nom du commerce

2. Quel est votre type de commerce?

1. Alimentation 2. Hôtellerie / Restauration 3. Magasin de sport 4. Vêtements / Chaussures
 5. Bijouterie 6. Souvenirs 7. Articles de luxe 8. Journaux/ Kiosk
 9. Artisanat 10. Autre (à préciser)

Vous pouvez cocher plusieurs cases (9 au maximum).

3. Si autre, merci de préciser:

4. Comment estimez-vous l'influence de la Coupe du Monde de ski hommes 2012 sur la marche de vos affaires?

1. Très importante 2. Moyennement importante 3. Peu importante 4. Nulle

5. Selon vous, la Coupe du Monde de ski hommes 2012 influe sur la marche de vos affaires...

1. uniquement durant le weekend de la course (du vendredi 24 au dimanche 26 février)
 2. durant toute la dernière quinzaine de février
 3. durant toute la saison
 4. elle n'a pas d'influence du tout

6. Dans les faits, la Coupe du Monde de ski hommes 2012 pour votre commerce, c'est une...

1. forte augmentation (>20%) 2. augmentation modérée (10-20%) 3. légère augmentation (1-10%)
 4. aucune variation (0%) 5. légère baisse (1-10%)

7. Au-delà de l'effet exercé par la Coupe du Monde sur votre propre commerce, êtes-vous de l'avis que la Coupe du Monde de ski hommes est (au niveau commercial et de réputation):

1. Très favorable 2. Plutôt favorable 3. Ne change rien 4. Plutôt défavorable

8. Vos commentaires sont les bienvenus! Vous pouvez aussi utiliser le verso du questionnaire si nécessaire. Merci encore de votre collaboration!

Source : Questionnaire réalisé par l'auteur

Annexe VIII : Questionnaire pour l'enquête en ligne auprès des fédérations nationales de ski

Survey among the ski federations that took part at the 2012 Men Ski World Cup in Crans-Montana (Switzerland) from 24th to 26th february 2012

Bachelor of Tourism 2012 - University of Applied Sciences, Switzerland

1. Which country are you representing ?

- | | |
|---|---------------------------------------|
| <input type="radio"/> 1. Argentina | <input type="radio"/> 2. Austria |
| <input type="radio"/> 3. Canada | <input type="radio"/> 4. Croatia |
| <input type="radio"/> 5. Czech Republic | <input type="radio"/> 6. Finland |
| <input type="radio"/> 7. France | <input type="radio"/> 8. Germany |
| <input type="radio"/> 9. Italy | <input type="radio"/> 10. Moldova |
| <input type="radio"/> 11. Norway | <input type="radio"/> 12. Russia |
| <input type="radio"/> 13. Slovenia | <input type="radio"/> 14. Switzerland |
| <input type="radio"/> 15. Sweden | <input type="radio"/> 16. USA |
| <input type="radio"/> 17. Slovakia | <input type="radio"/> 18. Netherlands |
| <input type="radio"/> 19. Belarus | |

2. How many people came in Crans-Montana with your federation?

3. Athletes ?

- | | | |
|--------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------|
| <input type="radio"/> 1. 1-3 | <input type="radio"/> 2. 4-6 | <input type="radio"/> 3. 7-10 |
| <input type="radio"/> 4. 11-15 | <input type="radio"/> 5. more than 15 | |

4. Coaches ?

- | | | |
|--------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------|
| <input type="radio"/> 1. 1-3 | <input type="radio"/> 2. 4-6 | <input type="radio"/> 3. 7-10 |
| <input type="radio"/> 4. 11-15 | <input type="radio"/> 5. more than 15 | |

5. Technical support/staff?

- | | | |
|--------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------|
| <input type="radio"/> 1. 1-3 | <input type="radio"/> 2. 4-6 | <input type="radio"/> 3. 7-10 |
| <input type="radio"/> 4. 11-15 | <input type="radio"/> 5. more than 15 | |

6. Medical and paramedical staff?

- | | | |
|--------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------|
| <input type="radio"/> 1. 1-3 | <input type="radio"/> 2. 4-6 | <input type="radio"/> 3. 7-10 |
| <input type="radio"/> 4. 11-15 | <input type="radio"/> 5. more than 15 | |

7. Federation's officials?

- | | | |
|--------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------|
| <input type="radio"/> 1. 1-3 | <input type="radio"/> 2. 4-6 | <input type="radio"/> 3. 7-10 |
| <input type="radio"/> 4. 11-15 | <input type="radio"/> 5. more than 15 | |

8. Accompanists?

- | | | |
|--------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------|
| <input type="radio"/> 1. 1-3 | <input type="radio"/> 2. 4-6 | <input type="radio"/> 3. 7-10 |
| <input type="radio"/> 4. 11-15 | <input type="radio"/> 5. more than 15 | |

9. Other staff (please precise)?

- | | | |
|--------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------|
| <input type="radio"/> 1. 1-3 | <input type="radio"/> 2. 4-6 | <input type="radio"/> 3. 7-10 |
| <input type="radio"/> 4. 11-15 | <input type="radio"/> 5. more than 15 | |

10. Please precise other staff (kind of job):

La question n'est pertinente que si Others = "1-3" ou Others = "4-6" ou Others = "7-10" ou Others = "11-15" ou Others = "more than 15"

11. How many days did you spend in Crans-Montana for the race ?

- | | |
|--|-------------------------------------|
| <input type="radio"/> 1. less than 3 days | <input type="radio"/> 2. 3-5 days |
| <input type="radio"/> 3. 6-10 days | <input type="radio"/> 4. 11-15 days |
| <input type="radio"/> 5. more than 15 days | |

12. Did your federation come earlier in the season for some training in Crans-Montana?

1. yes 2. no

13. If yes, how many days ?

- | | |
|--|-------------------------------------|
| <input type="radio"/> 1. less than 3 days | <input type="radio"/> 2. 3-5 days |
| <input type="radio"/> 3. 6-10 days | <input type="radio"/> 4. 11-15 days |
| <input type="radio"/> 5. more than 15 days | |

La question n'est pertinente que si Training = "yes"

14. How much money did your federation spend in Crans-Montana for this World Cup stage (please estimate in CHF)?

15. For accommodation ?

16. For food & drink ?

17. For transport?

18. For other services (please precise)?

19. Please precise what kind of other services ?

La question n'est pertinente que si 1 <= Others1 < 1e+006

20. Would your federation like to see another World Cup stage taking place in Crans-Montana ?

1. yes 2. no

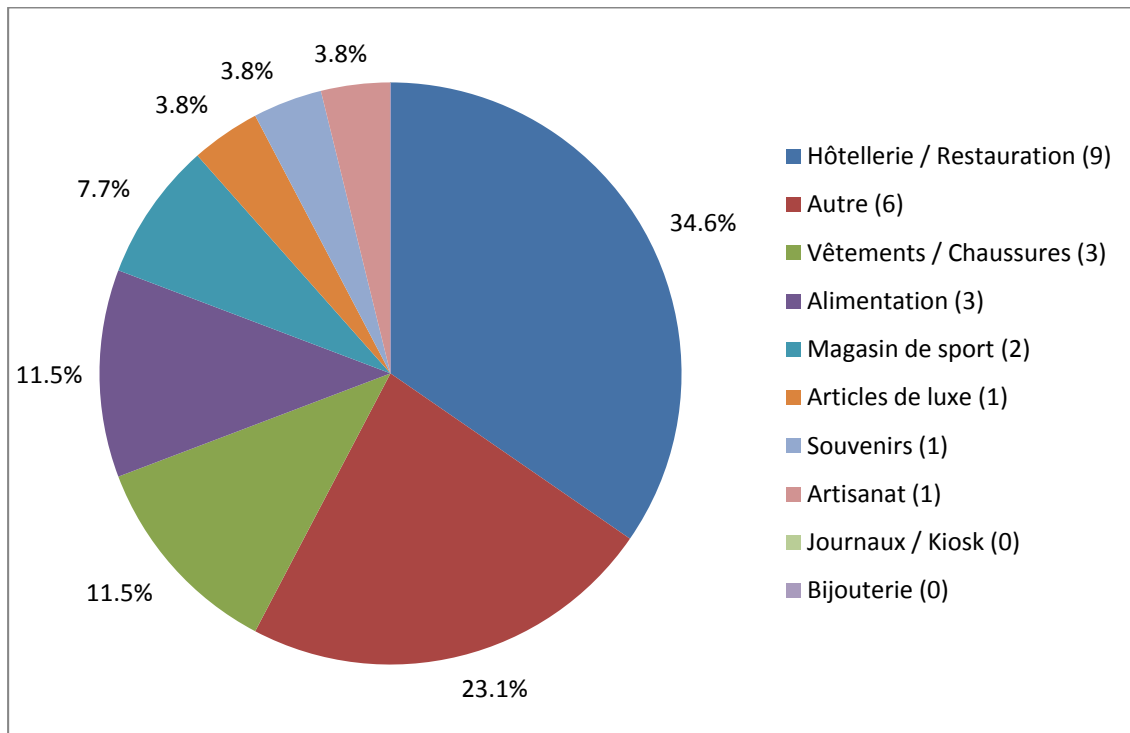
21. Please feel free to add comments:

22. Clé

23. Date de saisie

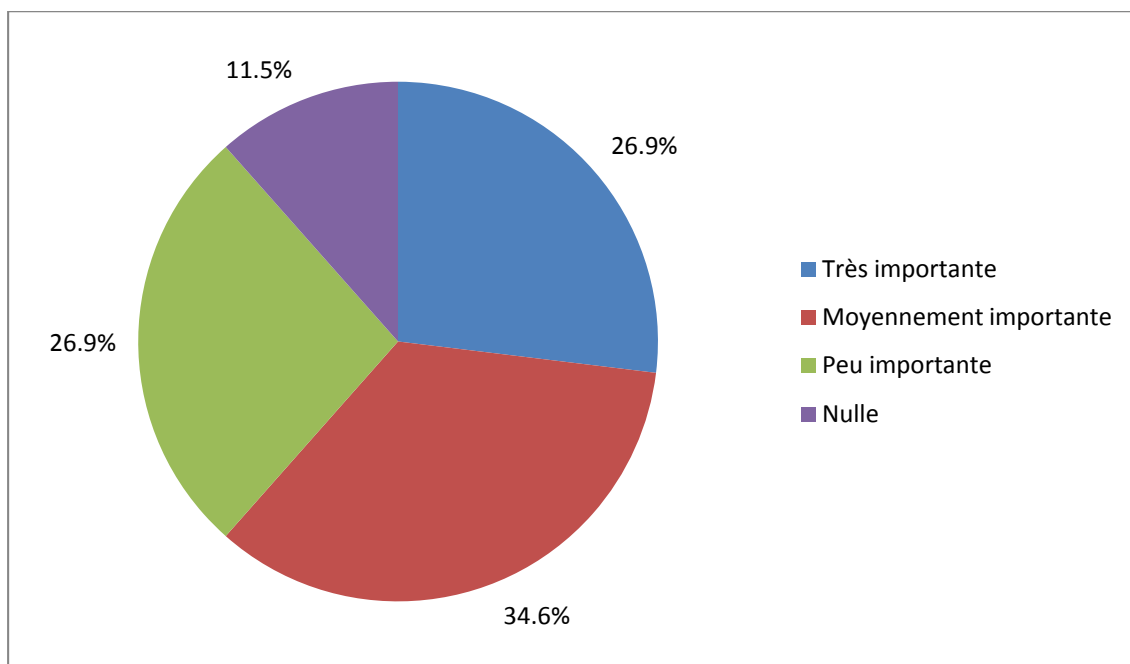
Source : Questionnaire réalisé par l'auteur

Annexe IX : Types de commerces ayant répondu à l'enquête



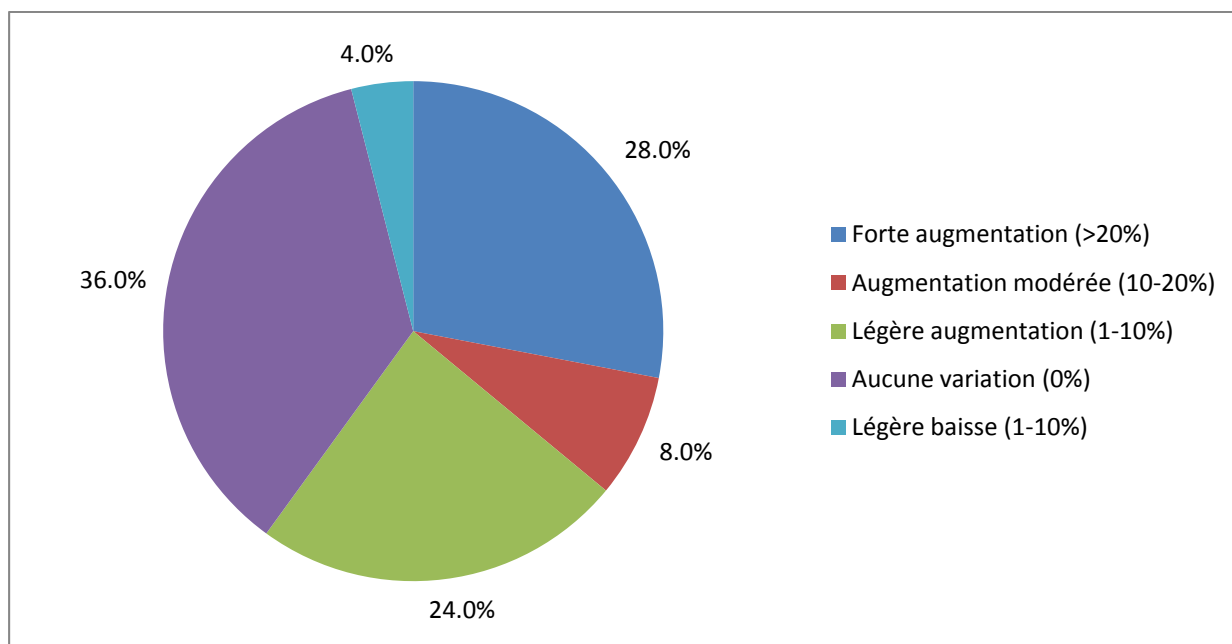
Source : Questionnaire commerçants, figure de l'auteur

Annexe X : Influence de la Coupe du Monde de ski 2012 sur les affaires des commerçants de Crans-Montana



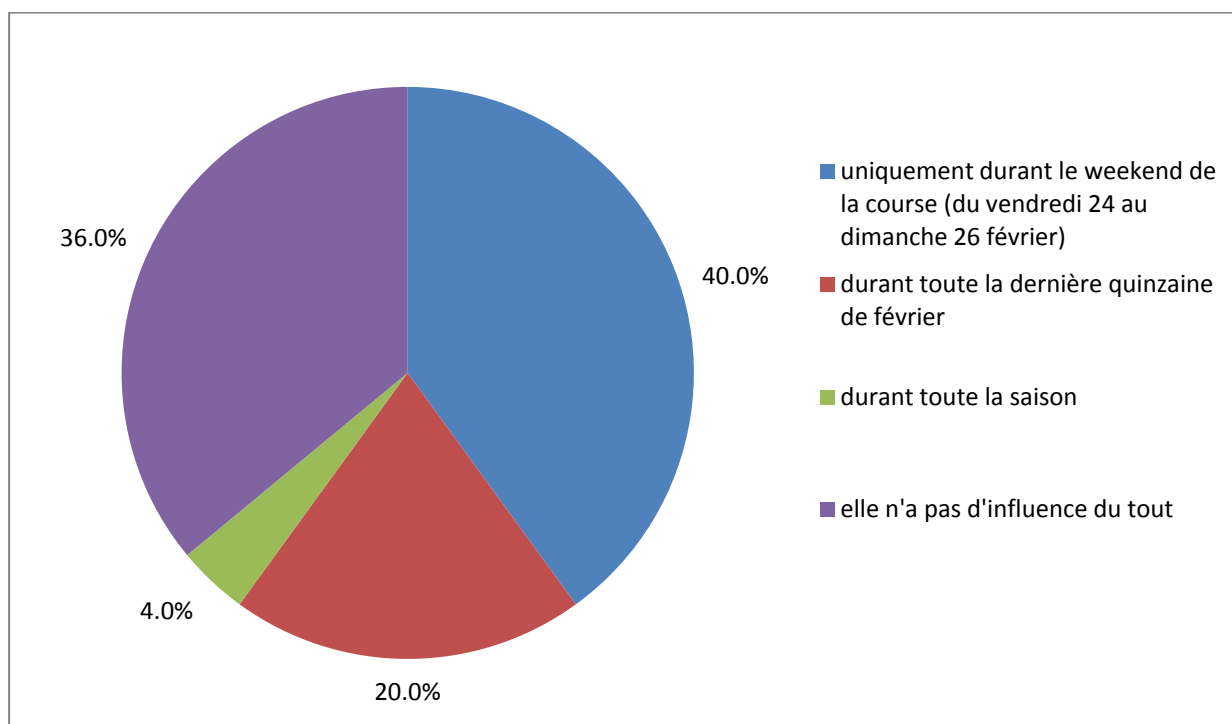
Source : Questionnaire commerçants, figure de l'auteur

Annexe XI : Augmentation du chiffre d'affaires des commerçants de Crans-Montana suite à la Coupe du Monde de ski 2012



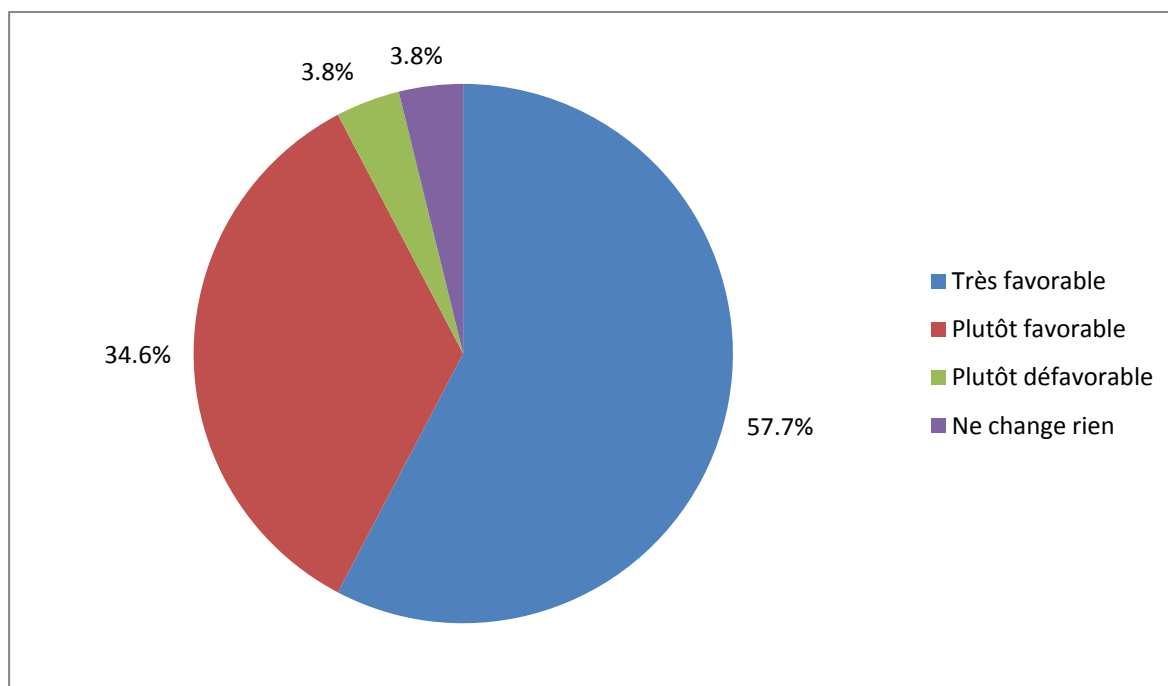
Source : Questionnaire commerçants, figure de l'auteur

Annexe XII : Durée de l'influence de la Coupe du Monde de ski 2012 sur les affaires des commerçants de Crans-Montana



Source : Questionnaire commerçants, figure de l'auteur

Annexe XIII : Avis des commerçants quant aux avantages d'accueillir la Coupe du Monde de ski 2012 à Crans-Montana



Source : Questionnaire commerçants, figure de l'auteur

Annexe XIV : Présence médiatique

Secteurs	Pers.	Titres/Stations	Remarques
Journalistes	122	34	incl. sites internet/Teletext/ Agences principales
Photographes	40	25	incl. sites internet/Agences
TV Suisse	85	SF, TSR*, RSI, Canal 9	* Production générale Home Broadcaster
TV étrangères	67	ALL: ZDF*, ARD, Servus TV/AUT: ORF/Eurosport (3 langues)/ITA: Rai, Infront TV/USA: Universal Sports	* Production supplémentaire
Radio suisses	14	DRS, RSR, RSI, Radio Rottu, Rhône FM	
Radio étrangères	15	ALL/AUT/FRA/ITA	

Source : (H. Steinegger, communication personnelle, 16 juin 2012)