

Le football rapporte gros à l'économie locale

CRANS-MONTANA Depuis le printemps, les camps d'entraînement de football organisés à Crans-Montana ont engendré des retombées de près de 1,5 million de francs. Des sommes sont investies pour pérenniser ces camps.

PAR FLORENT.BAGNOUD@LENOUVELLISTE.CH

Sion, Bâle et Servette, mais aussi Sochaux, l'équipe suisse M21, la sélection des Etats-Unis ou encore la première équipe féminine de l'Olympique lyonnais: depuis la mi-mai, les camps d'entraînement s'enchaînent sur les terrains de football du Haut-Plateau.

«Celui de l'équipe de Suisse des moins de 21 ans, qui s'est terminé dimanche, est le quinzième que nous organisons



“Les groupes restent entre cinq et dix jours à Crans-Montana.”

WALTER LOSER
PRÉSIDENT ET CEO DE CRANS-MONTANA FOOTBALL CAMPS

cette année. C'est un record, qui s'explique par le fait que plusieurs équipes prévues en 2020 ont repoussé leur venue à cette année en raison de la pandémie», lance Walter Loser, président et CEO de Crans-Montana Football Camps (CMFC).

5000 nuitées hôtelières

Voilà onze ans que cette association met sur pied ces stages de préparation, sur mandat de l'Association des communes de Crans-Montana (ACCM) et de Crans-Montana Tourisme & Congrès. Au-delà de l'aspect sportif, la venue de ces équipes s'accompagne d'un apport financier non négligeable pour la région. Cette année, les retombées directes pour l'économie locale se chiffrent à près de 1,5 million de francs.

Un montant qui doit être analysé à travers trois axes. Le premier concerne le chiffre d'affaires réalisé par la dizaine d'établissements hôteliers – de l'auberge de jeunesse au cinq



Les M21 de l'équipe de Suisse à l'entraînement sur le terrain de Lens. SABINE PAPILLOUD

étoiles – qui ont hébergé des équipes cette année. Celui-ci se monte à 1,2 million de francs. Tableau Excel à l'appui, Walter Loser explique que cela correspond à environ 5000 nuitées.

«Les groupes restent entre cinq et dix jours à Crans-Montana. En plus des joueurs et de leurs entraîneurs, les équipes arrivent avec tout leur staff technique et médical.» La taille des groupes va ainsi de 30 personnes pour les plus petits, à 70 pour la sélection des Etats-Unis.

Occuper des lits hors saison

Véronique Barras est la directrice de l'Hôtel Elite. Cela fait trois ans que son établissement trois étoiles accueille des équipes dans le cadre du



“Les collectivités publiques ont investi près d'un million de francs dans le terrain de Bluche ces cinq dernières années.”

NICOLAS FÉRAUD
PRÉSIDENT DE L'ASSOCIATION DES COMMUNES DE CRANS-MONTANA (ACCM)

CMFC. Cette année, elle a hébergé le FC Bollingen début juillet, puis le FC Versoix fin août. «Ces camps nous permettent d'occuper nos lits durant des périodes qui sont un peu plus creuses touristiquement parlant.»

Un apport particulièrement bienvenu en ces temps de crise économique. «Le chiffre d'affaires réalisé via l'accueil de ces deux équipes est similaire à celui d'un week-end de Caprices Festival. C'est évidemment très bon à prendre.»

Du travail pour les entreprises locales

Le deuxième impact économique de ces stages d'entraînement se mesure du côté des commerces et entreprises de la région. Walter Loser estime les

retombées à 200 000 francs. Ce chiffre concerne les dépenses générales des équipes en station, «y compris l'organisation d'animations auprès de prestataires touristiques. Il inclut également le chiffre d'affaires réalisé par les entreprises de transport auxquelles nous faisons appel pour la location de bus, minibus et autres véhicules.»

Le dernier axe a trait à la location et à la préparation des terrains de Lens et de Bluche, qui rapportent plusieurs dizaines de milliers de francs à leurs propriétaires respectifs, à savoir le FC Lens et la commune de Crans-Montana. Ces deux pelouses, naturelles, sont aux normes FIFA. «C'est la principale condition pour que ces stages puissent avoir lieu.

5000

nuitées ont été générées depuis ce printemps à Crans-Montana.

Crans-Montana est d'ailleurs la seule station d'altitude de Suisse à disposer de deux terrains aux normes internationales», précise Walter Loser.

Les politiques en appui

Conscientes du potentiel économique qui se cache derrière ces stages d'entraînement, les communes du Haut-Plateau mettent la main au porte-monnaie pour apporter confort et qualité aux équipes. «Entre la mise aux normes FIFA puis la construction de nouveaux vestiaires, les collectivités publiques ont investi près d'un million de francs dans le terrain de Bluche ces cinq dernières années», explique Nicolas Féraud, président de l'ACCM.

Pour rappel, des investissements à hauteur de 800 000 francs – financés à parts égales entre l'ACCM et la Fondation du casino – avaient été consentis sur le terrain de Lens, en 2007, pour le mettre aux normes internationales. Et en 2015 et 2016, la commune de Lens avait investi 390 000 francs pour l'amélioration de cette infrastructure. En parallèle à ces investissements, l'ACCM subventionne chaque année le CMFC à hauteur de 200 000 francs. De quoi permettre la mise en place de ces camps, l'entretien des terrains, mais aussi de prospecter pour attirer de nouvelles équipes.

D'avantage de renommée

«Tous ces montants sont certes importants, mais ces investissements portent leurs fruits puisque nous remarquons que la renommée de ces camps augmente d'année en année. Tout cela amène une visibilité accrue pour notre région et contribue à anticiper le début de saison», ajoute Nicolas Féraud.

De quoi voir bientôt le PSG, Manchester United ou le Real Madrid fouler les pelouses de Crans-Montana? «Inimaginable», selon Walter Loser. «Les équipes de ce calibre effectuent leur préparation d'avant-saison aux Etats-Unis, en Chine ou au Qatar, où des millions sont dépensés rien que pour les accueillir. Nous ne luttons pas dans la même catégorie.»

PUBLICITÉ

CHOIX UNIQUE SPORT-CHIC

4 POUR 2

CAMEL ACTIVE

SUR RENDEZ-VOUS 079 213 22 66

CRETTAVENTURE.CH
CAMEL ACTIVE VALAIS > RIDDES

Des partenariats avec Sion, Bâle et Servette

Avec le soutien de l'Association des communes de Crans-Montana (ACCM), Crans-Montana Tourisme & Congrès (CMTC) appuie l'organisation de ces camps d'entraînement via des campagnes de communication et de marketing. «Nous profitons par exemple de la visibilité de ces équipes et de leurs joueurs les plus emblématiques pour tourner des clips vidéo avec eux dans la station», illustre Bruno Huggler, directeur de CMTC.

La destination est même aux bénéfices de partenariats stratégiques avec le FC Sion, le FC Bâle et, plus récemment, le Servette FC. «Les com-

munes prennent en charge une partie des frais liés à l'organisation du camp. En contrepartie, nous obtenons par exemple que la marque Crans-Montana figure aux abords de leur terrain, mais aussi sur leurs supports de communication numérique.»

Bruno Huggler insiste sur le fait que le ski, le golf et le bike restent les positionnements prioritaires de Crans-Montana. «Le football est un modèle d'affaires annexe, qui nous permet d'étendre nos saisons tout en générant une forte valeur ajoutée pour la destination.»