



Evénement sportif : partenariats public, privé et mouvement sportif : pourquoi et comment?

Pourquoi une collectivité achète un événement sportif ?

L'exemple de la Coupe Davis

Christophe Fagniez, Directeur des équipes de France, FFT



Sports
et
Territoires

infosport.org



1) Le produit Coupe Davis

a. Une épreuve de notoriété internationale

- I/ Plus de 100 ans d'histoire

- II/ Une portée qui s'est considérablement élargie
 - 1. 134 pays participants
 - 2. Plusieurs milliers de supporters
 - 3. Une couverture télévisée croissante

- III/ Une dimension économique
 - 1. Les prix en argent sont introduits en 1981
 - 2. L'ITF distribue 8,5 millions de dollars par an



1) Le produit Coupe Davis

b. Une compétition marquante en France

- I/ La France fait son entrée dans la compétition en 1904.
- II/ Les Mousquetaires
- III/ La victoire de la bande à Noah à Lyon en 1991
- VI/ Une décennie à succès



1) Le produit Coupe Davis

c. Un scénario favorable au dénouement mémorable

- I/ Des parties en 5 sets aux multiples rebondissements
- II/ Une série unique de 3 épisodes sur un WE
- III/ Une émotion garantie
- IV/ Une aventure collective
- V/ L'attractivité d'une équipe nationale



1) Le produit Coupe Davis

d. Un rapport qualité prix intéressant

- I/ Un cahier des charges assez lourd
- II/ Un coût variable selon les conditions d'exploitation
- III/ Un retour sur investissement et une qualité de spectacle garantis



2) Les objectifs d'une collectivité :

- a. **Proposer un spectacle sportif de haut niveau international à ses administrés**

- b. **Augmenter sa notoriété**
 - I/ Par le bénéfice d'une large couverture médiatique
 - 1. Retransmission télévisée
 - 2. Couverture de la presse écrite et parlée

 - II/ Par l'accueil des centaines de personnes drainées par l'événement



2) Les objectifs d'une collectivité :

- c. Mettre en valeur et pérenniser un équipement**
- d. Obtenir des retombées économiques locales**
- e. Mobiliser ses équipes sur un projet fédérateur**



2) Les objectifs d'une collectivité :

- f. **Acquérir, conforter ou développer une capacité d'organisateur de grands évènements sportifs**
- g. **S'associer aux valeurs véhiculées par le sport**
- h. **Capitaliser sur la dynamique sportive induite par l'évènement**
- i. **Donner un bon signal au mouvement sportif local**
- j. **Entretenir de bons rapports avec une discipline sportive**



3) CONCLUSION :

- a. **La Coupe Davis est un événement qui présente un bon rapport qualité/prix**
- b. **La Coupe Davis permet d'atteindre les objectifs d'image et de notoriété comme facteur de développement économique**
- c. **C'est enfin un moment intense de sport de haut niveau provoquant la ferveur populaire par le biais de fortes émotions collectives**
- d. **C'est certainement pour ces raisons que 82% des collectivités ayant accueilli une rencontre postulent à nouveau**