

INFORMATION AUX MEDIAS

Déclarations recueillies lors du colloque du 24 janvier 2008 à Zurich

((par ordre alphabétique))

Simon Anholt, expert international Nation Branding: «Une bonne image n'est pas un bien qu'un pays «possède»: cette image lui est tout simplement prêtée. C'est pourquoi pays et villes doivent sans cesse préserver et soigner leur image. La Suisse, comme tout autre pays soucieux de sa renommée, se doit de travailler sur ses groupes cibles en permanence, de manière durable et ciblée. La Suisse appartient à un petit groupe d'élite de pays de marque, dont le plus grand défi ne consiste pas à se construire une image, mais à protéger et à préserver sa renommée.»

Roger Brennwald, vice-président de Swiss Top Sport et président du Davidoff Swiss Indoors: «La tradition des manifestations de Swiss Top Sport est une valeur qui ne peut s'évaluer en argent comptant. Nombreux de nos collaborateurs se positionnent depuis des années à la tête de leur discipline sportive – seulement, personne en dehors du monde du sport ne l'a encore vraiment remarqué.»

Gerold Bühler, président d'economiesuisse: «Tous les domaines – sport, politique et économie – doivent s'atteler à la tâche. L'une des tâches du sport sera de sensibiliser davantage l'économie et la politique sur les prestations que le sport engendre au niveau de la promotion nationale. L'information est aussi lacunaire auprès du grand public. C'est pourquoi les organisateurs de manifestations sportives d'envergure doivent fournir plus de travail d'information.»

Marc-André Giger, CEO de Swiss Olympic: «Les manifestations sportives d'envergure sont d'importantes plateformes promotionnelles pour les disciplines sportives. Un spectacle comme les courses du Lauberhorn devrait inciter tous les petits garçons à vouloir apprendre à

skier. Une Patty Schnyder au Zurich Open a un statut d'idole – c'est ce qui fait que ma petite filleule va encore plus volontiers à l'entraînement de tennis. Les courses du Lauberhorn ou le Zurich Open ne sont que deux exemples qui montrent à quel point ces manifestations sont importantes pour le sport de masse.»

Christian Mutschler, directeur du tournoi EURO UEFA 2008™ pour la Suisse:

«J'espère que les manifestations sportives suisses d'envergure profiteront à l'avenir de l'expérience positive en matière de collaboration, tout comme cela a été le cas entre la Confédération, les cantons et les villes lors de l'organisation de l'EURO UEFA 2008™.»

Matthias Remund, directeur de l'Office fédéral du sport OFSPO:

«Les manifestations sportives d'envergure sont des phares pour le sport et d'autres domaines de la vie. Aujourd'hui, ils représentent beaucoup plus qu'un combat mené sur un terrain de sport. Les activités en marge de la manifestation sont caractéristiques des événements sportifs modernes. Ainsi, aujourd'hui, les organisateurs proposent non seulement du sport passionnant, mais bien plus encore, et ce à l'attention des divers groupes cibles.»

Jean-Philippe Rochat, vice-président de Swiss Ski et co-promoteur de la stratégie sportive de Lausanne:

«Le statut de Lausanne en tant que capitale internationale du sport est prestigieux, mais il porte en lui d'importantes contraintes qu'une ville de la taille de Lausanne ne peut qu'avoir du mal à supporter seule. L'avenir reste incertain, si les pouvoirs publics ne sont pas disposés à investir les moyens nécessaires afin que Lausanne préserve le statut de ville sportive internationale qui lui est reconnu.»

Markus Ryffel, ancien athlète de haut niveau et organisateur de manifestations sportives:

«Au cours des années passées, une infrastructure intense a été mise en place dans de nombreux lieux. A titre d'exemple, le Letzigrund de Zurich. Mais pour la réalisation de championnats d'Europe d'athlétisme, on ne veut pas parler d'argent. Pour moi, c'est comme si on a acheté un ordinateur mais qu'on n'avait plus d'argent pour le software.»

Jürg Schmid, directeur de Schweiz Tourismus: «Le colloque d'aujourd'hui est une bonne base pour un dialogue avec la politique. Les revendications sont posées, et à présent, il faut trouver des solutions. La tâche de Suisse Tourisme est de faire connaître à l'étranger les formidables manifestations de grande envergure dont dispose notre pays.»

Samuel Schmid, Conseiller fédéral, directeur du Département fédéral de la défense, de la protection de la population et des sports: «En unissant nos forces, on peut parvenir à renforcer l'acceptation et la compréhension que la société réserve au sport en général, et plus spécifiquement au sport de haut niveau. Nous sommes tous appelés à nous conformer aux conditions générales et aux conditions essentielles relatives au sport dans nos domaines respectifs, à les améliorer, et même parfois peut-être à se faire violence.»

Jürg Stahl, conseiller national et président du groupe parlementaire «Sport»: «Le problème du sport est que dans la politique, il n'a aucun adversaire. Après le colloque d'aujourd'hui et les revendications de Swiss Top Sport, il est bien possible que des adversaires se révèlent. Et c'est bien ainsi, car ce n'est que comme ça que les discussions aboutissent à des solutions. Or, celles-ci sont importantes. On ne peut pas se permettre d'attendre jusqu'à ce que le premier grand évènement sportif ne capitule.»

Professeur Dr. Jürg Stettler, directeur de l'Institut pour l'économie touristique (ITW) à Lucerne: «Les manifestations sportives ont, outre des effets économiques directs, des effets touristiques ainsi que des effets économiques indirects qui consistent en des paiements anticipés, des investissements et des revenus.»

Rolf Theiler, président de Swiss Top Sport et co-président de Mercedes-CSI: «En Suisse, en matière d'évènements sportifs de grande envergure, l'écart des coûts entre le soutien financier et les impôts des organisateurs ne cesse d'augmenter. Cela est dû au fait qu'au sein de diverses institutions des pouvoirs publics, au sein d'une partie de la politique ainsi que dans le public, les prestations de ces manifestations sont considérées comme allant de soi. Cela nous donne à tort une image commerciale, car les revenus élevés d'un nombre très faible de sportifs de haut niveau sont confondus avec beaucoup d'argent dans les caisses de nos manifestations.»

Andres Türler, Conseil de ville Zurich: «La ville de Zurich sait ce qu'elle doit à ses grands évènements sportifs, et ce, non seulement parce qu'ils contribuent à notre promotion, mais aussi parce qu'ils créent des emplois, et génèrent des rentrées d'argent pour l'industrie ainsi que des impôts plutôt conséquents. C'est pour cette raison que nous travaillons sur une stratégie visant à renforcer Zurich en tant que lieu de déroulement d'évènements et en tant que marque.»