



AVERTISSEMENT

Ce document est le fruit d'un long travail approuvé par le jury de soutenance et mis à disposition de l'ensemble de la communauté universitaire élargie.

Il est soumis à la propriété intellectuelle de l'auteur. Ceci implique une obligation de citation et de référencement lors de l'utilisation de ce document.

D'autre part, toute contrefaçon, plagiat, reproduction illicite encourt une poursuite pénale.

Contact : ddoc-theses-contact@univ-lorraine.fr

LIENS

Code de la Propriété Intellectuelle. articles L 122. 4

Code de la Propriété Intellectuelle. articles L 335.2- L 335.10

http://www.cfcopies.com/V2/leg/leg_droi.php

<http://www.culture.gouv.fr/culture/infos-pratiques/droits/protection.htm>

Master « Conduite de Projets & Développement des Territoires »

Spécialité « Conduite de Projets en Sport, Santé et
Insertion »

Parcours « management et communication en sport »

Mémoire de fin d'études présenté pour l'obtention du grade de master

**Analyse stratégique de l'évènementiel sportif et du territoire:
Nancy et les Championnats d'Europe de Handball 2012 ?**

présenté par

Jessy COURTIER

Guidant universitaire : Olivier Blaise, Intervenant dans le Master ProjTer,
Consultant en stratégies territoriales, Nancy

Juin 2008

Master « Conduite de Projets & Développement des Territoires »

Spécialité « Conduite de Projets en Sport, Santé et
Insertion »

Parcours « management et communication en sport »

Mémoire de fin d'études présenté pour l'obtention du grade de master

**Analyse stratégique de l'évènementiel sportif et du territoire:
Nancy et les Championnats d'Europe de Handball 2012 ?**

présenté par

Jessy COURTIER

Proj&Ter

Guidant universitaire : Olivier Blaise, Intervenant dans le Master ProjTer,
Consultant en stratégies territoriales, Nancy

Juin 2008

Les remerciements

Je tiens à remercier M. Olivier Blaise, mon tuteur de mémoire pour tout le temps et l'aide consacrés pour l'élaboration de mon mémoire.

Je remercie également l'ensemble des salariés et des bénévoles de la ligue lorraine de handball pour toute l'attention qu'ils m'ont accordée ainsi que toutes les personnes que j'ai pu solliciter à travers mes recherches et en particulier M. Didier Beguin pour le temps consacré.

Sommaire :

Introduction :

1. L'évènementiel sportif, un atout pour tous :

1.1. Pourquoi organiser un évènement national ou international ?

1.1.1. Outil de promotion pour le sport :

1.1.2. Outils d'image et de fierté pour les territoires:

1.2. L'évènementiel, une stratégie à calculer :

1.3. Les conditions de réussite d'un évènement :

- Financier
- Promotionnel

1.4. L'évènementiel, des limites présentes et à ne pas négliger :

- Financier
- Logistique
- Stratégique

2. Le handball : sport de contact et populaire mais peu médiatique

2.1. Histoire du handball depuis son apparition :

2.1.1. Des origines bien présentes :

2.1.2. Le handball et la France :

2.2. Le handball et les autres sports :

2.3. Le handball Lorrain :

- 2.4. Le championnat d'Europe masculin, un titre qui prend de la valeur :
3. Quels intérêts de recevoir les Championnats d'Europe masculin de handball à Nancy ?

3.1. Nancy, une ville avec des spécificités territoriales :

- 3.1.1. Nancy, Capitale de l'Art Nouveau :
- 3.1.2. Le Grand Nancy au cœur de l'A31 et de ses autres axes routiers :
- 3.1.3. Nancy, une ville de manifestations :
- 3.1.4. Nancy, au cœur de l'Europe :

3.2. Nancy, une ville qui vit par le sport :

- 3.2.1. Un projet formalisé et partagé:
- 3.2.2. Nancy, neuvième en pratique de haut niveau (L'Equipe magazine) :
- 3.2.3. Nancy, deuxième ville la mieux équipée en terme d'équipements sportifs :
- 3.2.4. Un savoir faire déjà reconnu :
- 3.2.5. Nancy n'a rien à envier à Metz ou à toute autre ville :

3.3. L'attractivité territoriale de la Lorraine pour les championnats d'Europe de handball masculin :

Conclusion:

Glossaire

Introduction :

Le sport, phénomène de mode, est devenu une denrée rare, convoitée par beaucoup. Son évolution lui demande d'être avant tout sport spectacle pour le rendre plus médiatique. La médiatisation peut être annuelle ou ponctuelle et s'explique par l'intérêt fort que portent les français comme c'est le cas pour Roland Garros en Juin ou par le tour de France cycliste en Juillet.

« Un évènement sportif est un lieu où des hommes et des femmes se rassemblent dans une sorte de célébration collective, pour assister à un spectacle sportif ou culturel » (Organiser un évènement sportif de Michel Desbordes et Julien Falgoux).

Les évènements donnent lieu à de véritables fêtes, de liesse que l'on ne retrouve nulle part ailleurs. Un évènement sportif permet de rassembler des spectateurs pour regarder l'accomplissement de la performance, apprécier du sport, pousser des cris. Prenons l'exemple la Coupe du Monde de rugby qui a eu lieu en France en septembre/octobre 2007, on a pu constater que la France entière était derrière l'équipe nationale et que pour un sport dit plutôt « masculin », de nombreuses femmes se sont intéressées à la compétition. On a vu des rues laissées à l'abandon pour privilégier les stades et les écrans de télévision durant les matchs, des larmes de joie et de tristesse ont vu le jour, des moments de liesse et de rassemblements nationaux que l'on n'aurait vu à aucun moment.

Les collectivités ont bien compris leurs intérêts à recevoir des évènements sportifs sur leur territoire. Elles deviennent de vrais partenaires, c'est-à-dire, qu'elles attendent un retour en termes d'image, de notoriété et de valorisation économique. Cette implication de la part des collectivités s'inscrit dans une démarche de communication globale. L'enjeu est de montrer une image positive afin de valoriser un territoire dans l'espoir d'attirer des entreprises et d'obtenir un impact économique important en direction de sa population. Pour que tout cela fonctionne, certains facteurs doivent être présents. Chaque évènement possède sa notoriété en fonction du sport. A ce jour, c'est essentiellement le football, le rugby, le tennis et la formule 1 qui sont les sports privilégiés des français. Il est donc assez facile pour les organisateurs de ces

manifestations de faire venir des partenaires, de trouver des sites organisateurs mais aussi des spectateurs. Une concurrence territoriale va donc s'installer pour inciter ou favoriser l'implantation d'évènements sportifs sur leur territoire.

Les villes organisent des manifestations sportives pour diverses raisons. Les manifestations sportives ont des impacts communs mais avec d'importantes différences en fonction du sport, de l'image et de l'intérêt que l'on porte à l'évènement. Ce mémoire consiste à mettre en avant les intérêts pour une ville de recevoir un évènement sportif de taille nationale ou internationale mais aussi les intérêts que peuvent avoir la ville de Nancy à recevoir une manifestation de handball. Nous commencerons par nous attarder sur les manifestations sportives à travers les impacts qu'elles ont pu apporter au territoire. Ensuite, nous nous attacherons sur une présentation du handball, ses origines, sa position en France et en Lorraine. Et enfin, nous nous projetterons dans l'avenir, avec l'éventualité d'une organisation d'une phase des championnats d'Europe de handball masculin et les intérêts pour la ville de Nancy à recevoir une telle manifestation.

1. L'évènementiel sportif, un atout pour tous :

L'environnement dans lequel évoluent les collectivités territoriales a profondément changé au cours de ces dernières années. Cette logique les conduit à développer de réelles stratégies pour attirer et maintenir sur leur territoire les agents économiques à la base d'un développement durable. Depuis les années 90, beaucoup de collectivités utilisent le sport comme levier de développement à travers un marketing sportif territorial. C'est un nouveau processus qui permet pour le territoire d'avoir des objectifs multiples que chaque collectivité se doit d'appliquer.

Selon Jean Bouinot, dans son ouvrage de 2002, « la ville compétitive » explique que la concurrence entre les villes est la base de la dynamique des systèmes de ville. Les villes sont désormais soumises à une obligation de compétitivité pour inciter les entreprises à venir s'installer sur leur territoire. Chaque ville cherche à faire mieux et à être différente de sa voisine et surtout de sa concurrente directe (ville proche assez ou de taille quasi identique). Une classification entre les villes sur le sport est même réalisée chaque année par l'Equipe magazine en utilisant comme critères les équipements sportifs et la politique sportive de la ville.

1.1. Pourquoi organiser un évènement national ou international ?

1.1.1. Outil de promotion pour le sport :

Augmentation du nombre de licenciés : la médiatisation d'un sport à travers un évènement sportif de grande ampleur est forcément un bienfait pour le développement de la pratique. Par la découverte et la promotion de ce sport, beaucoup de personnes et essentiellement les jeunes ont envie de s'essayer à la pratique. Prenons l'exemple de la fédération française de rugby: lors de l'organisation de la Coupe du Monde de rugby, un afflux conséquent de licenciés s'est produit dans leurs structures. La fédération a même profité de cet évènement pour faire parler du rugby dans la France entière à travers des campagnes de sensibilisation et d'initiation à destination de tous (écoles primaires, collèges, femmes, hommes...). Ces actions en amont et pendant la manifestation ont permis de faire découvrir la pratique à un maximum de personnes mais aussi de les faire adhérer au sport. Ce travail sur l'image du rugby a entraîné une augmentation considérable du nombre de licenciés mais aussi d'adepte de ce sport notamment dans le secteur féminin. Une augmentation de 30% de licenciés a vu le jour ce qui est considérable pour ce sport ou même pour tout autre sport.

Viabilité de la structure à travers les retombées directes : mais l'intérêt d'organiser un évènement sportif est avant tout financier. Il permet d'engendrer des bénéfices non négligeables. Elles se font essentiellement par la vente des billets. Mais pour avoir un bénéfice, il faut que les coûts (frais de fonctionnement et frais d'infrastructures) soient inférieurs aux bénéfices (recettes de fonctionnement). Cela n'est pas toujours vrai pour l'ensemble des manifestations. La réussite permet à la structure de mettre de l'argent de côté et de financer l'achat de matériel ou de continuer à proposer de nouvelles actions. Sans ces bénéfices, elle ne pourrait pas se permettre de faire de nouvelles actions dans l'optique d'un développement du sport. Des clubs qui évoluent en élite ou ceux qui évoluent au plus petit niveau départemental, tous cherchent à réaliser des actions (tournois, brocantes, lotos,...) afin de trouver des finances supplémentaires pour le bon fonctionnement de la structure. Les évènements sportifs de grande envergure en font partie et sont des éléments à ne pas négliger.

Dynamisme associatif : lorsque l'organisation de la manifestation est déléguée à une structure locale, cela permet de mettre en avant son dynamisme mais aussi son savoir faire. L'association véhicule une image dynamique et proposant d'autres services à ces licenciés et à ces spectateurs que la pratique traditionnelle. Ce dynamisme a de l'importance pour les partenaires de la structure afin qu'ils puissent y trouver leur compte. Les institutions ou les partenaires privés ne soutiennent plus les associations sportives pour le plaisir, elles attendent un certain nombre de retombées et notamment à travers des manifestations sportives organisées sur leur territoire. C'est un point positif supplémentaire que d'avoir à son actif des événements autres que traditionnels lorsque l'on veut négocier avec des partenaires éventuels. Cela montre le dynamisme et le savoir faire de la structure qui peut aussi permettre d'augmenter de façon considérable les adeptes (spectateurs, supporters, amateurs,...) à ce sport.

Il est important pour une fédération de réaliser une campagne de sensibilisation et de promotion de la pratique ainsi que pour les organisateurs locaux. L'évènement est un moyen essentiel et facile pour la promotion de la pratique dans un secteur bien déterminé. De plus, les organisateurs peuvent déterminer l'image et le public qu'il souhaite véhiculer et faire partager.

L'évènementiel est un outil indispensable que les associations sportives utilisent pour promouvoir leur sport. C'est à travers les événements de grandes envergures que la promotion du sport est la plus pertinente et la plus facile à faire.

1.1.2. Outils d'image et de fierté pour les territoires:

Bien avant la décentralisation, le sport n'a jamais fait partie des compétences des territoires : chacun est libre de promouvoir ou non le sport. Avec cette grande liberté, beaucoup de territoires ont fait le choix de la promotion du fait de sa grande popularité auprès des populations. Chaque territoire définit sa propre stratégie pour pouvoir obtenir les attentes qu'il lui a portées. La promotion du sport permet d'avoir de fortes influences sur le territoire tel que sur l'économie locale et le dynamisme local.

Notoriété : depuis quelques années, on assiste à une prise de conscience croissante du potentiel économique que représente l'accueil des manifestations de premier plan pour la régénération urbaine. Ces événements constituent d'excellentes opportunités de marketing pour une ville. Ils attirent en effet l'attention aux niveaux national et international. L'accueil de ces manifestations confère le prestige de la ville en rehaussant la visibilité sur la scène nationale ou internationale. Ce constat pousse de nombreuses villes à rechercher de telles opportunités. C'est un moyen de se faire connaître, de redorer son blason et de promouvoir sa régénération physique et économique. La politique de certaines villes ne s'axe pas du tout sur le sport mais donne priorité au culturel comme c'est le cas pour la ville de Strasbourg ou de Tours. Elles ont décidé de ne plus recevoir de manifestations sportives et Strasbourg a même refusé de recevoir des matchs de la coupe du monde de football 98. Leurs politiques de communication et de promotion de la ville est essentiellement axées vers les événements culturels. Cette différence entre les politiques de ville envers le sport s'explique par le fait que le sport ne fait pas partie de leurs missions obligatoires suite à la décentralisation des pouvoirs. C'est une volonté politique de la ville de s'intéresser au sport car elle pense en tirer des avantages et des retombées.

Investissement : l'organisation permet aussi d'améliorer l'environnement de la ville. Afin de faciliter la réussite de la manifestation, la ville se doit d'investir dans des infrastructures pour faire en sorte que l'évènement se déroule bien et utilise au maximum son potentiel marketing, en présentant la meilleure image possible. Les villes ne doivent pas forcément construire un nouvel équipement à chaque

manifestation. Elle peut profiter pour en rénover un, pour agrandir un autre ou tout simplement pour promouvoir un équipement déjà existant. L'exemple que nous pouvons prendre est le Stade de France. C'est lors du mondial de football en 1998 que son élaboration a vu le jour. Aujourd'hui, il est devenu une référence en matière d'équipement sportif. Son utilisation a même évolué car il est devenu le site d'accueil de manifestations sportives et culturelles prisé par beaucoup (rugby, chanteurs, moto, ...). Cet équipement est devenu aussi un atout supplémentaire pour la ville de St Denis en terme économique, puisque des emplois ont pu voir le jour.

Ce n'est pas uniquement par la venue d'une manifestation que la collectivité se doit d'investir dans des équipements. Le raisonnement inverse peut être appliqué. C'est-à-dire que la collectivité peut construire un nouvel équipement pour avoir un argument supplémentaire pour l'accueil de manifestations sportives. Prenons l'exemple très local de la ville de Sarrebourg et du club de handball local. Suite à la construction de leur nouvelle salle de sport, le club et la ville ont sollicité la ligue lorraine de handball pour pouvoir organiser un événement sportif national dans leur salle. Leur démarche fut fructueuse puisqu'ils ont reçu les finales du challenge de France moins de 18 ans masculins de handball durant deux jours. C'est un moyen de mettre en avant leur nouvelle infrastructure et de promouvoir la ville.

Fierté territoriale :

- La collectivité utilise l'évènement aussi pour pouvoir figurer sur la carte, elle se positionne en tant qu'actrice du territoire. Mais ce positionnement entraîne des coûts financiers importants comme pour une petite ville normande qui a du fournir 42 980€ pour recevoir le Tour de France. Cet investissement conséquent se doit d'être mesuré par la collectivité car elle doit être certaine d'y retrouver son compte par la suite. Par rapport à ses administrés, elle ne peut pas se permettre de gaspiller de l'argent.

Parfois, il est même plus avantageux de déposer sa candidature que de recevoir réellement l'évènement comme c'est le cas de Marseille avec la Coupe de l'America 2007. Malgré la défaite dans la dernière ligne droite des candidatures, la ville de Marseille va pouvoir faire aboutir certains projets qui avaient vu le jour durant la phase de candidature de la ville. Ce fut aussi un moment de

solidarité populaire. La quasi-totalité de la population Marseillaise s'est sentie concernée par la candidature de la ville, des comités de soutien ont vu le jour afin d'aider la ville dans sa démarche. En montant son dossier, une synergie locale s'est créée et les médias sont venus. Ce fut un moyen de rendre les gens fiers de vivre à Marseille ce qui a permis de leur remonter le moral pendant un temps du fait de la médiatisation de leur ville. C'est un moyen de restructurer l'agglomération mais il faut faire attention car un endettement peut arriver très rapidement. Ce fut le cas pour Grenoble et Albertville lors des jeux olympiques, ils sont encore en court de remboursement de leur emprunt.

- Accueillir un événement sportif est un moyen comme un autre de véhiculer son image la plus positive possible. L'arrivée d'un tel événement peut permettre de construire ou rénover un nouvel équipement, c'est un moyen comme un autre d'enrichir son parc d'équipements sportifs. Le raisonnement peut se faire aussi à l'inverse, c'est-à-dire que c'est l'élaboration ou la rénovation d'un nouvel équipement qui permet de recevoir une manifestation sportive. Et parfois même lors des très grandes manifestations sportives, il suffit de poser candidature pour pouvoir véhiculer une image positive de la ville. Chaque ville se doit alors de déterminer sa politique sportive pour déterminer la manière et l'image qu'il veut véhiculer.

Qualité et cadre de vie :

- Attirer les ménages : les élus cherchent à conquérir un public pour le convaincre de s'implanter sur son territoire. Mais les ménages ne bougent généralement que pour une question de travail et non pour le plaisir de la région. Comme les entreprises, les ménages comparent les territoires entre eux. De nombreux critères entrent en compte tels que :
 - la qualité de l'environnement
 - la qualité des équipements et des services publics
 - la politique fiscale du territoire.
 - Scolarisation
 - Climat de sécurité
 - Distance domicile – travail

- ...

Il existe comme pour les villes par rapport aux sports, un classement des départements français « où il fait bon vivre » réalisé par le magazine l'Express. La Meurthe et Moselle se classe en 45^{ème} position en 2006.

- Afin de relancer son économie locale, le territoire a besoin de faire venir des entreprises sur son sol. Les événements sportifs sont des outils pour inciter des entreprises à venir, pour relancer l'emploi. Elles constituent pour les élus la condition de base du dynamisme territorial sur lequel va s'épanouir l'activité économique locale. Cela va favoriser l'emploi et augmenter les richesses du territoire. Régulièrement aux informations, on peut constater les conséquences pour un territoire lorsqu'une grosse entreprise ferme ses portes ou est décentralisée. De nombreux salariés sont donc obligés de quitter la région ou certains ne peuvent pas partir car leur conjoint a du travail sur la région et se retrouve donc au chômage. Une fermeture a aussi des incidences sur l'économie locale car des petits commerces peuvent à leur tour fermer. Il suffit de regarder en Moselle à Dieuze (57), le départ des militaires entraîne une diminution de la valeur des biens immobiliers et aussi une fermeture éventuelle de nombreux commerces puisque les militaires ont un fort pouvoir d'achat dans le secteur. C'est pour cette raison que les élus s'impliquent énormément pour la conservation ou la venue d'entreprises sur leur territoire.
- Montrer son dynamisme pour inciter les gens à venir : Prenons le cas du Nord, avant l'apparition du film : Bienvenue chez les ch'tis de Dany Boon, les gens étaient assez réticents d'aller travailler dans le Nord. Ils avaient une image négative de cette région. Suite au film, l'image de cette région a considérablement évolué et apparaît comme une région agréable à vivre avec du dynamisme. Ce film a eu des répercussions sur la pensée de beaucoup de personnes. Cet impact est aussi présent lors des manifestations sportives car les gens peuvent voir un territoire d'une autre façon. C'est un argument pour attirer et retenir une population jeune et diplômée. Prenons l'exemple de la ville de Reims qui avait accueilli Eunice Barber lors de son arrivée en France et qui a utilisé son image suite à ses résultats mondiaux.

Développement économique : attirer les touristes : la France est le premier pays touristique mondial avec 76 millions de touristes (2006) devant l'Espagne et les Etats-Unis. Il est donc important de garder cette place pour l'économie nationale. Généralement, les personnes en vacances ont tendance à consommer davantage. Le nombre d'emplois liés au tourisme est conséquent notamment pour les régions du littoral. La diminution du nombre de touristes provoquerait une perte considérable pour l'économie du territoire. C'est pour cette raison que chaque secteur qui estime avoir des spécificités ou des atouts cherche à s'approprier une part de ces flux touristiques. Pour certaines régions, la population se voit multiplier par deux lors de la venue des touristes tel que St Tropez par exemple. Le tourisme est donc un élément à ne pas négliger pour l'économie locale.

Ouverture vers l'Europe : les entreprises mettent en place une stratégie de localisation, il faut donc dynamiser la région pour que leurs entreprises le soient aussi. Elles n'ont aucun intérêt à venir s'installer dans une région peu dynamique. Elles se permettent donc de mettre les territoires en concurrence. Les territoires proposent des offres aux entreprises pour qu'elles puissent venir s'installer (diminution des taxes, offre du terrain, subventions,...). Ce besoin de l'ancrage territorial des entreprises a même permis un classement des territoires les plus attractifs pour les créations d'entreprises.

L'évènementiel sportif est donc un moyen non négligeable pour un territoire de se valoriser. Cela permet donc de relancer l'économie locale, de mettre en avant le dynamisme du territoire mais aussi d'attirer de nouveaux ménages et des touristes.

1.2. L'évènementiel, une stratégie à calculer :

Chaque territoire se doit d'avoir une stratégie bien à elle pour éviter de se disperser. En ayant une spécificité locale, cela permet de mieux se différencier des autres mais surtout des principaux concurrents. Il ne faut surtout pas qu'une petite ville essaie de concurrencer une grosse ville, car financièrement ce n'est pas possible du fait de la différence de moyens de faire concurrence.

Lors d'un évènement, il ne faut pas faire découvrir complètement la région, il faut laisser une part d'incertitude, de surprise ce qui donne envie aux spectateurs de découvrir encore plus la région. L'attraction des touristes est une source d'activité économique du territoire importante. L'affluence touristique est un des éléments principaux de l'économie locale. Prenons le cas des Vosges lors de la saison d'hiver 2006/2007 qui n'a pas eut de neige ou quasiment pas de toute la saison. Cela a eu une incidence considérable sur l'économie locale car beaucoup de saisonniers n'ont pas pu travailler ce qui est une perte considérable pour ces personnes là mais aussi pour le secteur de l'hôtellerie.

Pendant l'évènement, le secteur du tourisme en bénéficie directement par le biais des supporters, des spectateurs et des sportifs qui viennent participer à l'évènement. De nombreux emplois peuvent aussi voir le jour du fait de cette augmentation de population pendant une période donnée. Cette augmentation de population entraîne aussi des désagréments à la population locale. La circulation est fortement perturbée ce qui provoque de forts ralentissements, c'est alors le quotidien de la population qui est perturbée et de nombreuses nuisances sonores apparaissent.

Après l'évènement, il y a un effet direct de sa médiatisation. Les gens ont tendance à vouloir venir découvrir la ville qui leur a semblé intéressante à travers la manifestation. Il ne faut donc en aucun cas négliger l'image du territoire que l'on véhicule, si cette étape est mal faite, un manque à gagner a été provoqué.

De nouvelles infrastructures ont aussi pu voir le jour, ce qui lui donne une certaine réputation. Mais la création d'un nouvel équipement demande de l'entretien supplémentaire. Prenons le cas des Jeux Olympiques qui ont eu lieu en Grèce. Ce fut les JO les plus coûteux de l'histoire et maintenant les sites ne sont quasiment, voire plus du tout utilisés, ils se dégradent à grande vitesse. Pour éviter les squats, l'état a mis en place une surveillance permanente des sites ce qui entraîne un coût supplémentaire. Un investissement fort dans des équipements n'est pas forcément une nécessité. La projection dans le futur de l'équipement est une étape indispensable avant de lancer les travaux pour déterminer son utilité une fois l'évènement passé. Par contre, la construction d'équipements de grande envergure peut avoir des effets de dégradation du paysage naturel. Cette dégradation entraîne une diminution de la valeur touristique du secteur et donc de la valeur sur le marché. Il est donc important de mesurer et d'anticiper tous ces facteurs pour éviter les investissements à perte et la diminution de la valeur du territoire.

L'accueil d'un évènement doit provenir d'une stratégie bien définie ; il faut bien anticiper pour mesurer toutes les conséquences de celui-ci. La prise en compte de tous les facteurs et de l'ensemble de la population afin d'avoir un impact le plus positif et une stratégie la plus efficace possible.

Les objectifs à organiser de l'évènementiel sportif :

A travers leur stratégie, les organisateurs et les acteurs du territoire doivent définir des objectifs qui tournent autour de quatre éléments comme l'indique Christopher Hautbois et Michel Desbordes dans Sport et Marketing Public :

La notoriété : il s'agit de faire connaître le territoire et de renforcer sa mémorisation par le public cible. : faire en sorte qu'un maximum de personnes voie le nom ou le logo du territoire et s'en souviennent le plus longtemps possible. Cet objectif est généralement atteint quand il y a médiatisation, visibilité matérielle et concurrence limitée. Pour les territoires qui possèdent une notoriété certaine, il n'est pas nécessaire d'investir dans ce domaine des sommes trop fortes. L'estimation des retombées de l'évènement est primordiale, le rapport entre les investissements et les retombées doit être cohérent. Autrement, il n'y a aucun intérêt à investir dans ce secteur, autant investir dans une campagne de publicité directement car pour le même prix, les retombées sont aussi voir plus fortes. Il suffit de regarder lors des manifestations sportives ou culturelles, les logos des collectivités locales sont nettement mis en avant afin de développer au maximum leur notoriété.

L'image : elle correspond à l'image du territoire, les valeurs auxquelles il souhaite être associé ou celui qu'il revendique. Il s'agit donc de dégager une image plutôt positive. Cette image positive va inciter les personnes à vouloir découvrir cette région et donc venir en vacances ou en week end ce qui va développer le tourisme local. Mais certains territoires sont victimes parfois d'une image généralement négative suite à une catastrophe naturelle. Ce n'est en aucun cas l'image qu'il voulait faire apparaître mais un évènement l'a provoqué. Il faut alors que la collectivité modifie sa stratégie pour pouvoir récupérer une image plus positive.

Les spécialités locales vont aussi être mises en avant afin d'aider à la mémorisation du territoire. L'image de la spécialité reste dans les mémoires de toutes les personnes qui entendront parler de l'évènement. Ces spécialités peuvent être aussi bien culturelles que gastronomiques. Prenons l'exemple de la Lorraine, beaucoup de personnes pensent à la quiche et aux mirabelles lorsque l'on parle de cette région. Il est donc important de

continuer à maintenir cette image afin d'aider à la mémorisation de la région. Les gens associent facilement des spécialités pour faciliter la mémorisation.

Economique : à court terme, c'est essentiellement les dépenses des visiteurs et des organisateurs durant la phase de planification et l'organisation de la manifestation qui ont des effets macroéconomiques. Les effets sont essentiellement temporaires du fait de la notion éphémère d'un évènement quel qu'il soit.

De façon plus permanente, il y a une amélioration de la bonne connaissance de la région grâce à la couverture médiatique ce qui améliore l'activité économique de la ville. La médiatisation de la manifestation va permettre de faire connaître la région et donc de faire venir des touristes ce qui aura une incidence sur la situation économique du territoire. C'est essentiellement le secteur de l'hôtellerie qui va pouvoir en bénéficier.

La population va se sentir mieux du fait de l'identification de l'appartenance à un évènement. Prenons le cas de la Coupe du Monde de rugby qui a eu lieu en France. Une grande majorité des français a vécu à travers cet évènement, beaucoup de personnes ont vécu de bons moments à travers cet évènement ce qui a entraîné une augmentation de la consommation des ménages français.

Communication interne : c'est un moyen de fidéliser la population à son territoire. Entreprises ou ménages attendent de la part de leur ville des activités ou des manifestations afin de les divertir. Lors de l'organisation d'un évènement, la quasi-totalité de la population se sent concernée, se considère comme un acteur. De ce fait, lors d'une telle organisation, la population trouve que son territoire bouge, qu'il est actif ce qui lui donne une valeur ajoutée.

Tous les organisateurs cherchent à travers un évènement à valoriser leur image, à travailler sur leur communication interne mais aussi à avoir un impact sur l'économie locale.

1.3. Les conditions de réussite d'un évènement :

Beaucoup de facteurs entrent en compte pour la réussite d'un évènement. Mais avant de définir les conditions de réussite, il semble important de définir la notion de réussite. La réussite dépend des attentes que porte l'organisateur à l'évènement, et est ce qu'il souhaite en tirer un bénéfice financier ? Est ce qu'il souhaite avoir une bonne médiatisation ? Là est la difficulté. Un évènement peut être considéré comme réussi malgré un déficit financier ou le contraire. Prenons le cas des Championnats du Monde de handball féminin qui ont eut lieu en décembre 2007. Le souhait du Président de la Fédération Française de handball, M. André Amiel, était de voir les salles remplies dans toute la France. L'objectif a été largement atteint puisqu'un record en terme de spectateurs a été battu lors de cette manifestation. La Fédération Internationale de Handball propriétaire de l'évènement a agréablement été surprise du nombre de spectateurs.

L'aspect financier était de second ordre, il fallait tout faire pour pouvoir avoir un budget équilibré en fin de compétition. A la plus grande joie de tous, la quasi-totalité des sites ont engendré des bénéfices suite à l'évènement et pour le peu qui se sont retrouvés déficitaires, la FFHB les a aidés. Le seul regret de cette manifestation a été la médiatisation. On peut estimer que celle-ci n'a pas été assez importante. Le journal L'Equipe ne leur a consacré qu'un tiers de première page alors qu'en comparaison avec la Coupe du Monde de rugby, le handball était loin derrière. Au niveau de la retransmission télévisée, seuls les matchs de l'équipe de France et les phases finales étaient retransmises sur des chaînes hertziennes. Il est regrettable qu'un tel évènement sur le territoire français avec une éventuelle possibilité de médaille et de qualification pour les Jeux Olympiques n'ait pas suscité un plus grand engouement de la part de la presse écrite et télévisée.

1.4. L'évènementiel, des limites présentes et à ne pas négliger :

Avant de se lancer dans un évènement, il faut en mesurer le coût. L'organisateur doit savoir quels impacts vont être engendrés et si la manifestation sera profitable ? Lorsqu'une ville ou un territoire reçoit une manifestation nationale ou internationale, des faits inévitables vont voir le jour :

Tout d'abord, le site d'accueil se doit de verser à l'organisateur une somme de droit d'entrée (= ticket d'entrée). La somme varie en fonction de l'ampleur de la manifestation mais aussi du sport. En ce qui concerne le Tour de France, une ville de départ doit verser 50K€, une ville d'arrivée 80K€, et les villes se trouvant sur le passage doivent, quant à elles, ne rien verser.

Après avoir payé son ticket d'entrée, il faut répondre aux frais indiqués dans le cahier des charges. Généralement, il faut prendre au moins en partie, les frais d'hébergement des organisateurs et des participants. Des frais à la logistique sont aussi à prévoir comme la gestion de l'eau, des secouristes, de l'occupation des équipements mais aussi de l'aménagement des équipements. Prenons l'exemple du Tour de France, il faut prévoir un village du Tour qui peut accueillir l'ensemble des caravanes mais aussi des espaces pour héberger les hélicoptères, les caravanes, les journalistes,... L'ensemble de ces frais est à la charge de l'organisateur ce qui est un coût non négligeable et qu'il faut mesurer avant de s'engager.

Ensuite, il vaut pouvoir avancer de l'argent car les rentrées ne commencent que peu de temps avant l'évènement. L'impression des affiches, de la billetterie ou bien d'autres frais demande une avance de la part de l'organisateur. La démarche de partenaires privés et des institutions est donc primordiale pour éviter de se retrouver à découvert ou dans de grosses difficultés financières. En effet, il faut pouvoir continuer pendant la préparation de l'évènement à répondre aux frais engendrés par le quotidien. C'est pour cette raison que généralement, on crée une association temporaire pour la réalisation d'un évènement pour ne pas mélanger les comptes. Lors du mondial de handball féminin, un Comité Nationale d'Organisation (CONO) et des Comités d'Organisation Local (COLO ; un par site) ont vu le jour afin pouvoir

coordonner l'ensemble de la manifestation. Ce fonctionnement a permis d'éviter de faire l'amalgame entre le fonctionnement classique d'un comité départemental ou d'une ligue. De ce fait, il était plus facile au niveau comptable de faire le point par rapport au bilan financier de la manifestation mais aussi de pouvoir plus facilement rendre des comptes aux institutions.

Dans cette situation, il est plus facile pour une grande ville de s'engager dans une telle démarche que pour une petite ville. En effet, la part que représente l'investissement de l'équipement ou de la manifestation dans le budget global est nettement moins importante pour les collectivités à forte population que pour celles à population moins dense. Lors de l'élaboration d'un tel projet, les villes de taille moyenne doivent vraiment réfléchir et mesurer l'impact que peut avoir un tel investissement. Il est difficile de retrouver pour une collectivité des finances saines lorsqu'un gros investissement a été fait mal anticipé.

Association sportive, ville ou territoires, tous ont un rôle non négligeable à jouer lors de l'accueil d'une manifestation sportive. L'association sportive va pouvoir véhiculer son dynamisme auprès de ses institutionnels et de ses partenaires mais aussi de promouvoir son sport à travers la médiatisation qu'elle soit avant, pendant ou après la manifestation. La ville et le territoire souhaitent quand à eux figurer sur la carte afin de valoriser leur secteur afin d'attirer des ménages et des touristes. Ce sont la notoriété, l'image, l'économie et la communication qui sont mis en avant à travers ce genre d'évènement.

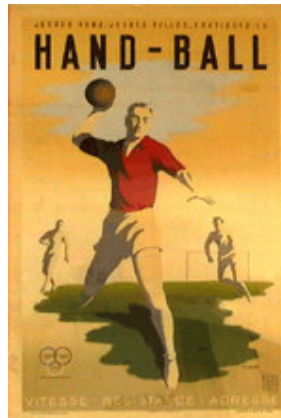
Pour accueillir une manifestation il ne faut pas que penser à l'organisation de l'évènement, il faut mettre en place une stratégie avant, pendant et après l'évènement pour avoir un réel impact et de mieux anticiper l'évènement. Et oui, cela engendre un certain nombre de dépenses non négligeable qu'il faut anticiper pour ne pas se retrouver à rembourser pendant plusieurs années.

Ville, territoire et association doit donc bien mesurer le pour et le contre avant de se lancer dans un évènement, il faut que cela réponde à un projet formalisé mais aussi avoir les moyens et être certains qu'un retour sera possible.

2. Le handball : sport de contact et populaire mais peu médiatique

2.1. Histoire du handball depuis son apparition :

2.1.1. Des origines bien présentes :



Les premières traces du handball apparaissent au Danemark à la fin du 18^{ème} siècle. Mais c'est en Allemagne en 1919 par une adaptation du Torball de Carl Schellenz que le handball vit le jour. Neuf ans plus tard, la première fédération internationale est apparue. Le climat allemand et du nord de l'Europe convenant difficilement aux sports d'extérieur, permit en 1950 au handball à 7 (handball en salle d'aujourd'hui) d'apparaître. Il a fallu attendre 22 ans pour être présent aux Jeux Olympiques de 1972 à Munich. Malheureusement, son apparition sera ternie par celui de la prise d'otages d'athlètes israéliens par un commando palestinien et des exécutions qui en découlèrent. L'apparition du handball aux Jeux Olympiques est alors passée assez inaperçue.

2.1.2. Le handball et la France :

Le handball est apparu en 1932 en France mais essentiellement en Alsace. Suite à la dissolution de la Fédération Française de Handball (FFHB) en 1944, elle revit le jour en 1952, à Metz sous la présidence de M. Reinet. En 1959, le handball à 11 laissa complètement la place au handball à 7.

C'est le sport collectif le plus titré de France, il est aujourd'hui :

En masculin :

- deux titres de champion du monde en 1995 et 2001.
- Un titre de champion d'Europe en 2006.

En féminin :

- Un titre de champion du monde en 2003.
- Un titre de champion d'Europe jeune en 2006.

Trois fois organisateur des Championnats du Monde : 1970, 2001, 2007.

Seul sport collectif français représenté aux Jeux Olympique 2008.

2.2. Le handball et les autres sports :

En 2005, le handball est positionné à la huitième place avec 318 981 licenciés derrière le football, le tennis, les sports de combat, l'équitation, le basket, la pétanque et le golf. Et en dixième position, au niveau de la pratique féminine derrière l'équitation, le basket, la gymnastique, la natation, l'athlétisme, la randonnée pédestre, le ski, le volleyball et le badminton.

C'est aussi le sport le plus pratiqué en UNSS (Union Nationale Sportive Scolaire) et le sport le plus apprécié dans le monde de l'artisanat. Il est, malgré son franc succès, peu médiatisé et il est quasiment impossible pour un handballeur français ou une handballeuse française d'en vivre toute sa vie comme c'est le cas en football ou en tennis. Cette faible médiatisation provoque une faible connaissance de la part de la population, les gens s'en souviennent comme le sport pratiqué à l'école ce qui ne permet pas au sport de pouvoir se développer dans les meilleures conditions.

2.3. Le handball Lorrain :

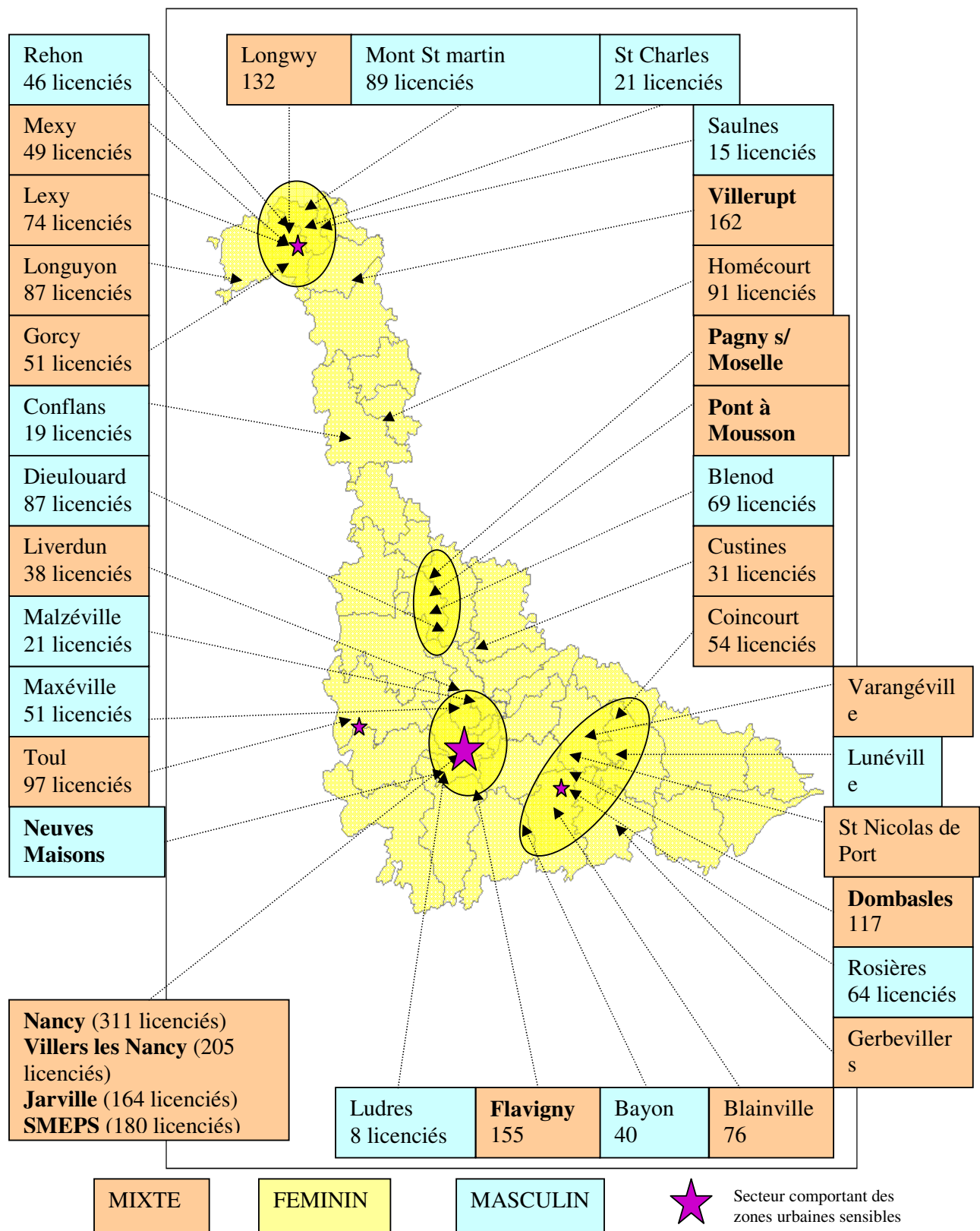
La Lorraine est depuis toujours une terre de handball. Du fait de l'origine germanique de ce sport, de la première fédération française de handball à 7 à Metz ainsi que des conditions climatiques de la région, le handball est devenu un sport phare dans la région.

Avec ses 113 clubs et ses 16 000 licenciés dont 11 000 licences compétitives, la ligue Lorraine se place au neuvième rang français en terme de licences pour la saison 2006/2007 selon la Fédération Française de Handball. Le bastion du handball féminin français se trouve à Metz avec l'équipe de Metz Handball connu aussi sous le nom de H2ML, ASPTT Metz avec plus de 10 titres de champion de France et la présence toutes les saisons de nombreuses internationales : Isabelle Wendling, Delphine Guehl, Estelle Vogein,...qui ont été formées dans les différents clubs de Lorraine.

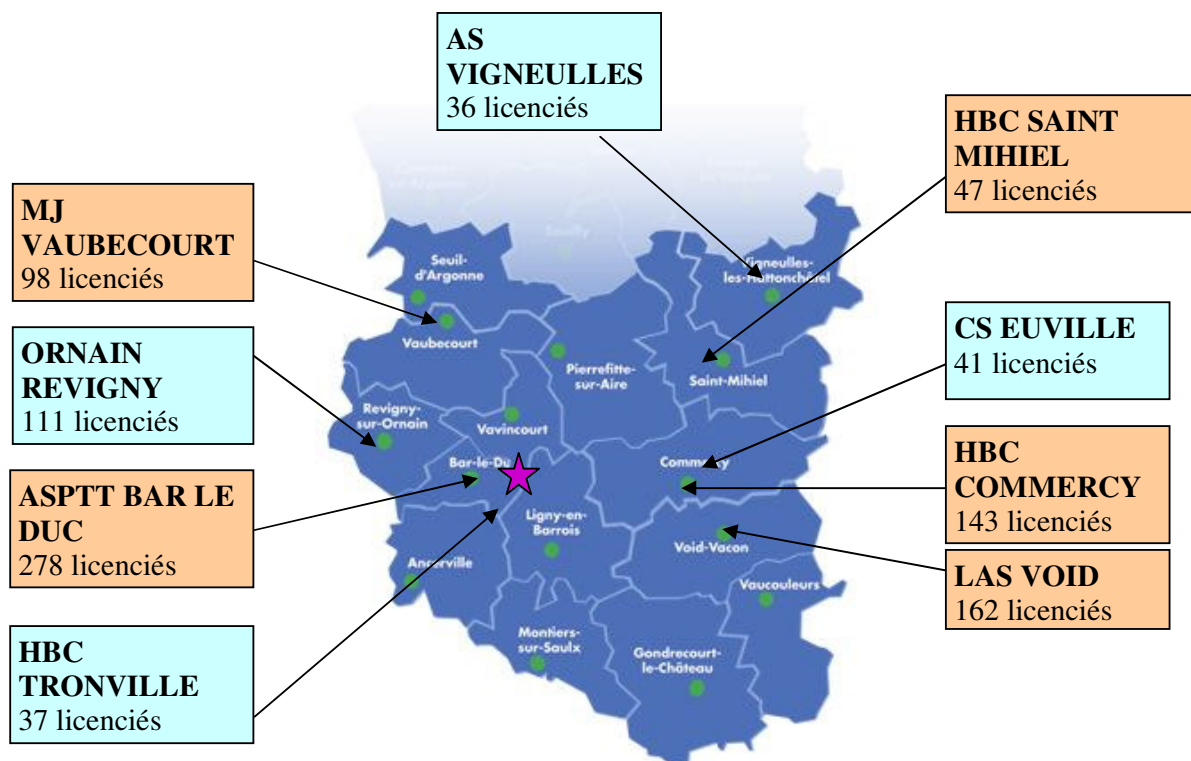
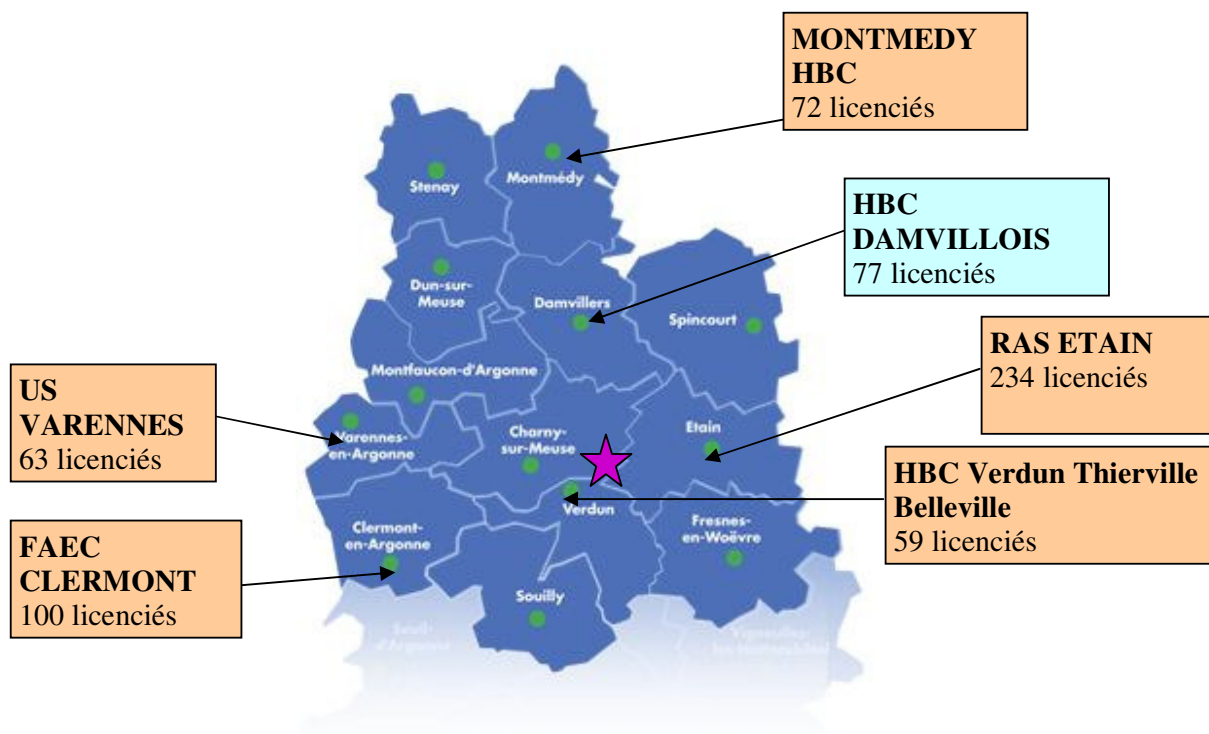
Le handball de haut niveau est présent aussi à Nancy avec la D2 masculine de l'ASPTT Nancy Vandoeuvre mais nous avons aussi du handball national présent dans chaque comité que ce soit en masculin ou en féminin (Bar le duc, Epinal, Courcelles Chaussy, Thionville, Dieulouard,...).

Il n'y a pas que le handball national, il y a aussi du handball régional et départemental qui se joue dans les mêmes clubs dont voici la répartition par départements :

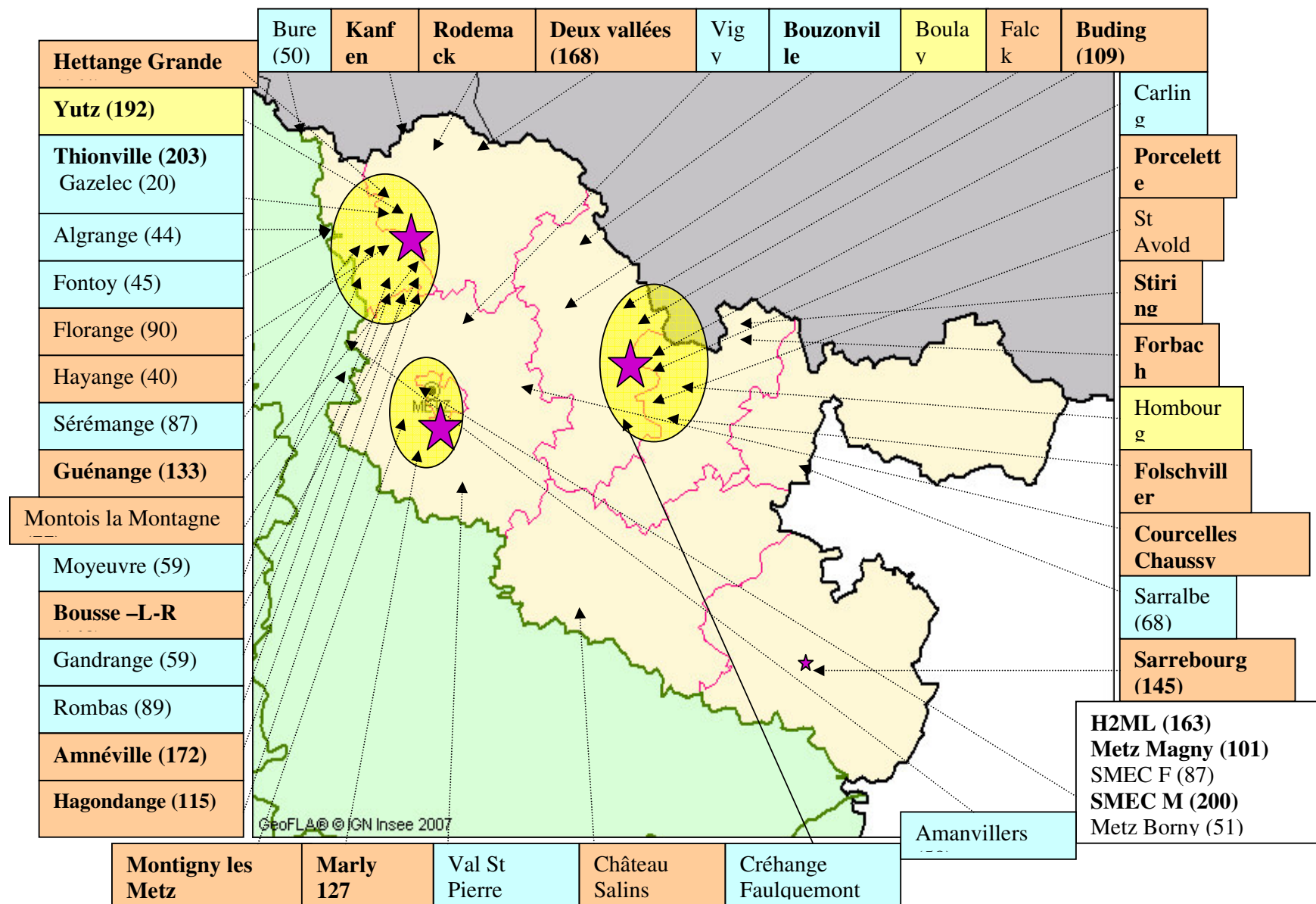
Le territoire de la Meurthe et Moselle (saison 2006/2007):



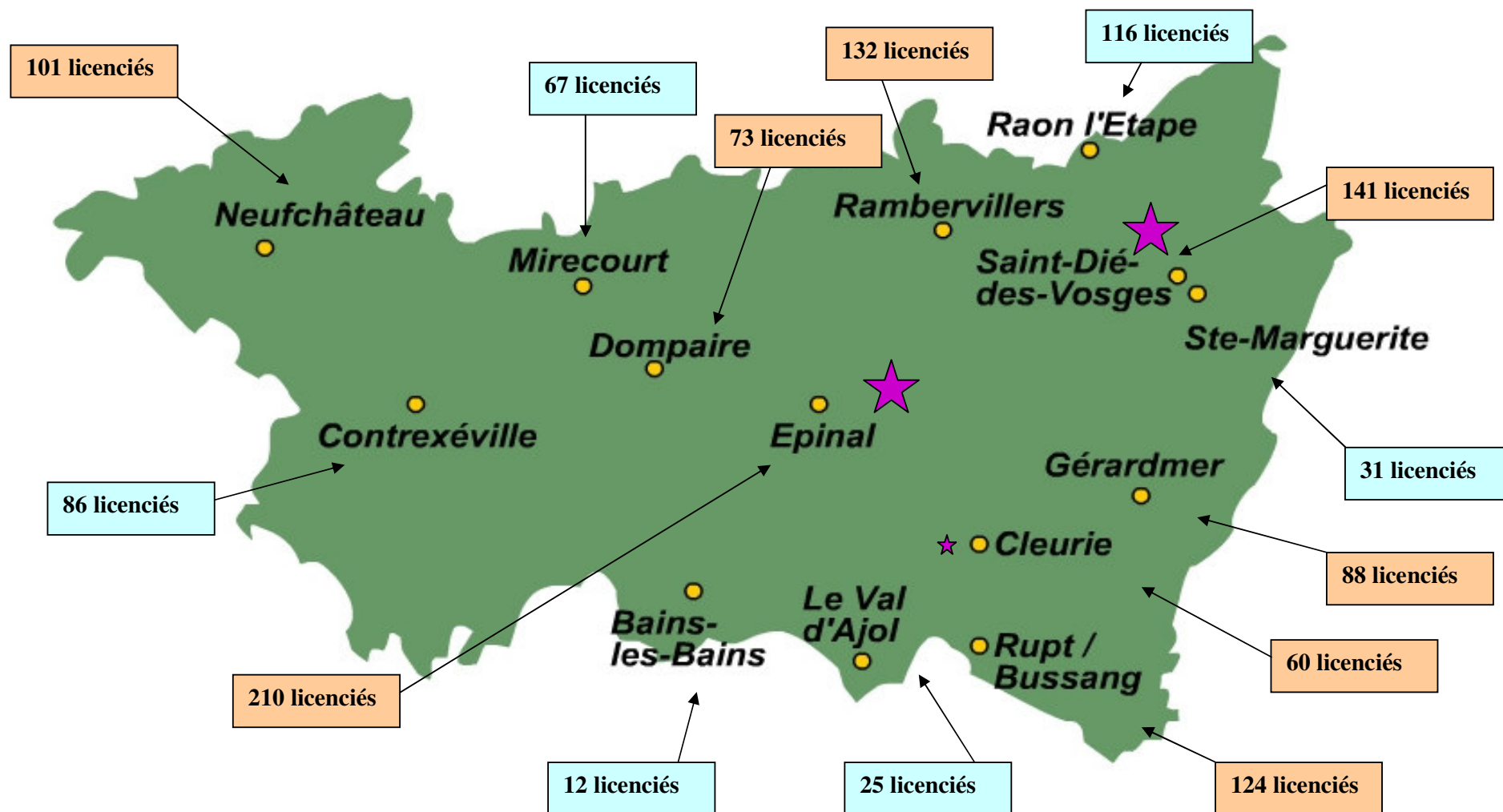
Le territoire de la Meuse (saison 2006/2007) :



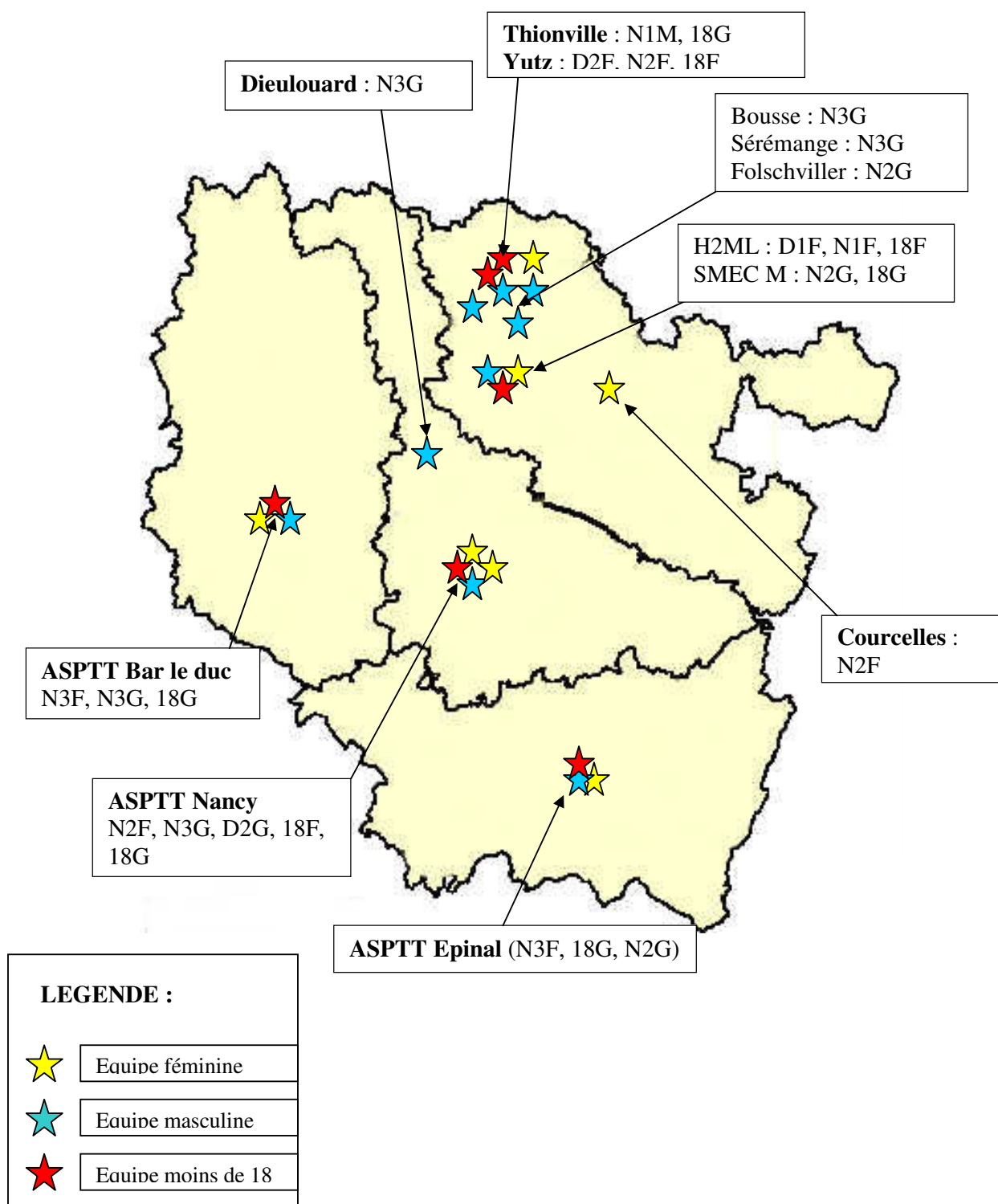
Le territoire de la Moselle (saison 2006/2007) :



Le territoire des Vosges (saison 2006/2007) :



Le handball national et élite en Lorraine pour la saison 2007/2008:



D'après cette cartographie, on constate que la quasi-totalité du territoire est couverte par la pratique du handball avec quelques zones désertiques comme le canton de Sarreguemines ou de Stenay. Ces zones quasi désertiques s'expliquent par le faible taux de la population et par l'existence ou non d'un club sportif fort autre que le handball ce qui limite l'émergence d'un club de handball comme c'est le cas à Ligny en Barrois dans la Meuse.

En contrepartie, il existe une concentration de handballeurs dans le secteur de Thionville, Metz, Nancy ou Bar le duc due à l'existence de clubs de national mais aussi par l'histoire de ces clubs. Cependant, il y a une concentration de clubs de national dans certains secteurs tels que dans la Moselle ce qui entraîne un frein au développement de la pratique du fait de la diminution de l'offre de pratique de haut niveau aux plus jeunes dans les autres secteurs. Il est difficile pour un jeune habitant à Neufchâteau de pouvoir accéder au haut niveau et de trouver la motivation pour s'investir dans ce sport sauf si son entourage lui permet d'y accéder, ce qui n'est pas accessible par tous.

Malgré ce grand nombre de clubs en National et de clubs, le handball lorrain ne se porte pas aussi bien qu'on pourrait le croire. Le handball féminin y est très fragile avec des incertitudes toutes les années sur le réengagement des équipes. Un gros point d'interrogation se pose pour l'équipe féminine de l'ASPTT Nancy car le club souhaite se spécialiser dans le haut niveau masculin. Quel devenir pour cette équipe de N2 l'an prochain ? Qui va l'accueillir ? Qui va encadrer cette équipe ? Le club de Courcelles Chaussy est dans une situation quasi similaire sur le devenir de l'équipe puisqu'une majorité des filles de N2 souhaite arrêter et aucune relève ne pointe le bout de son nez. Cette problématique n'est pas présente uniquement dans les équipes ou clubs de National, il y a aussi le problème dans les équipes régionales ou départementales. Les commissions d'organisations des compétitions (COC) régionales et départementales attendent septembre pour réaliser les championnats, tous les ans des équipes de tous niveau ne repartent pas la saison d'après.

Le handball masculin est lui aussi en déclin avec chaque année des relégations ou des sauvetages de justesse. On compte 10 équipes masculines en national ou élite aujourd'hui alors qu'il y a environ 10 ans une trentaine d'équipes étaient présentes. On

a vu le SMEC masculin descendre de Division 2 en national 2 en trois ans. Pour la fin de saison 2007/2008, les équipes de Bar le duc, l'ASPTT Nancy Vandoeuvre (N3), Bousse, Sérémange ne sont pas certaines de leur maintien. Chaque saison, la COC régionale prépare une solution pour répondre au nombre important de redescentes en pré-nationale pour éviter de devoir faire redescendre en excellence un trop grand nombre d'équipes. Il serait anormal de faire redescendre une équipe qui termine milieu de tableau de pré-nationale en excellence.




























Le handball ne vit pas uniquement que par les équipes. Elle a besoin aussi d'arbitres et d'entraîneurs. Comme au niveau de la pratique, les arbitres possèdent des grades de compétences allant de G1 à G4 pour les nationaux, de R1 à R3 pour les régionaux. Le nombre d'arbitres est trop faible en Lorraine puisque l'ensemble des rencontres n'est pas couvert tous les week end et il n'y a aucun arbitre de niveau G1, G2 ou G3. La commission régionale de l'arbitrage (CRA) n'arrive pas à répondre aux besoins des compétitions régionales et délègue aux comités pour désigner les arbitres sur des compétitions régionales.

En terme de relations avec les institutions, le handball est bien placé. Il se situe au deuxième rang auprès du Conseil Régional avec 40 000€ de subvention de fonctionnement et au quatrième rang au niveau des subventions obtenues à travers le CNDS (Centre National de Développement pour le Sport) avec 45 500€ pour la ligue et 213 076€ pour la discipline (clubs, comités et ligue confondus)

2.4. Le championnat d'Europe masculin, un titre qui prend de la valeur :



Au fil du temps, on constate que l'on attache de plus en plus d'importance aux titres mondiaux et européens. Malgré cet attachement en pleine expansion, le titre olympique est quand même le plus reconnu et le plus prisé. Lorsqu'un sportif remporte un titre olympique, il a une reconnaissance immédiate alors que ce n'est pas le cas pour un sportif multiple champion du monde. La situation est identique en handball.

Date	Pays organisateur	 Or	 Argent	 Bronze
1994	Portugal	 Suède	 Russie	 Croatie
1996	Espagne	 Russie	 Espagne	 RF Yougoslavie
1998	Italie	 Suède	 Espagne	 Allemagne
2000	Croatie	 Suède	 Russie	 Espagne
2002	Suède	 Suède	 Allemagne	 Danemark
2004	Slovénie	 Allemagne	 Slovénie	 Danemark
2006	Suisse	 France	 Espagne	 Danemark
2008	Norvège	 Danemark	 Croatie	 France
2010	Autriche			

Palmarès du championnat d'Europe masculin, Source de www.wikipédia.org

Au fil des Championnats d'Europe, c'est essentiellement la Suède, le Danemark, la Russie et l'Espagne qui occupent les devants de la scène européenne depuis plus de dix ans. Depuis 2006, la France commence à apparaître dans le dernier trio des championnats d'Europe qui ne fut pas le cas pendant la période des barjots. La venue en France des championnats d'Europe 2012 peut être un atout considérable pour cette équipe de France qui est considérée à l'heure actuelle comme une des meilleures

équipes du monde. Il faut savoir que la fédération Française de Handball a posé candidature pour recevoir l'organisation des Championnats d'Europe 2012. L'organisateur sera défini en septembre 2008.

Le niveau de la compétition est en constante évolution. Une rigueur de plus en plus importante et une arrivée en masse de nouvelles équipes de bon niveau obligent les pays phares à travailler encore plus. Cette arrivée de nouveaux pays permet de donner une valeur encore plus importante aux championnats d'Europe ce qui accentue sa notoriété. Cette amélioration incite plus facilement les pays à déposer candidature pour l'accueil d'une manifestation. L'accueil dans un pays de manifestation a généralement des incidences sur les résultats de son équipe nationale. En 2001, on a pu constater que l'organisation des mondiaux en France a donné une énergie et une force supplémentaire à l'équipe nationale ce qui leur a permis de devenir Champion du Monde. L'organisation sur son territoire de ce genre de compétition permet à l'équipe nationale de se sentir plus forte par le soutien apporté par la population et par les supporters. Le constat est identique en football avec l'organisation de la coupe du monde en 1998 qui a vu le sacre de son équipe de France. Politiquement, il est donc important de recevoir l'organisation quand son équipe nationale est en grande forme. La réussite de l'équipe nationale dans ce genre de compétition permet de mettre en avant de façon plus marquante la qualité d'accueil des différentes villes. Les journalistes vont généralement dire que la réussite de l'équipe est en partie due à l'accueil et à la qualité de l'organisation. La réussite de l'organisation joue un rôle prépondérant dans l'image véhiculée.

Le handball français est un sport avec une histoire encore présente et reconnue à travers toute la France. L'attraction n'est pas aussi forte que pour le football ou le rugby mais l'intérêt porté par les gens y est quand même fort. Les championnats du Monde de handball de 2001 et 2007 en France en sont le parfait exemple puisque les salles étaient quasiment remplies. Tout le monde a réussi à y trouver son compte à travers ce genre de manifestation. Du fait de la faible médiatisation du handball, le handball n'est pas un sport rapportant beaucoup d'argent.

3. Quels intérêts de recevoir les Championnats d'Europe masculin de handball à Nancy ?

3.1. Nancy, une ville avec de nombreuses spécificités territoriales :

3.1.1. Nancy, Capitale de l'Art Nouveau :

La renommée culturelle de la ville de Nancy et de son agglomération n'est plus à faire. Nancy est célèbre dans le monde entier pour son ensemble architectural inscrit au patrimoine mondial de l'Humanité par l'UNESCO depuis 1983 avec la place Stanislas et la place de la Carrière. Les organisateurs d'évènements sur Nancy n'hésitent à mettre en avant la richesse du patrimoine de Nancy et de son agglomération. Prenons l'exemple des jeux des ASPTT qui se sont déroulés début mai à Nancy, c'est la place Stanislas qui est mise en valeur.

Depuis sa rénovation et son interdiction aux voitures, la place Stanislas est considérée comme une des plus belles places du monde. La place a retrouvé tout son esprit de convivialité et son éclat d'origine. De nombreuses expositions et manifestations y voient régulièrement le jour. Cet espace piéton permet de dynamiser le centre ville avec en support la place de la Carrière et le Parc de la Pépinière, véritable poumon vert au cœur de la ville.



Nancy est une ville de culture et de patrimoine comme une bonne partie de la Lorraine, de grands mouvements artistiques ont marqué leur passage comme l'Art Nouveau à travers l'Ecole de Nancy qui est né au début du XX^{ème} siècle. L'ensemble de ces richesses donne un atout non négligeable à la ville.

3.1.2. Le Grand Nancy au cœur de l'A31 et de ses autres axes routiers :

Le Grand Nancy (20 communes pour 330 000 habitants) constitue un pôle universitaire de premier ordre et bénéficie d'un centre hospitalier de renommée mondiale. Trois universités et de grandes écoles se partagent 45 000 étudiants et chercheurs. Cette particularité lui donne un aspect jeune et dynamique. Les gens qui vivent à Nancy disent qu'il y a deux Nancy, celui du jour et celui de la nuit. Cette spécificité de vie diurne et nocturne est présente dans les grandes villes mais peu dans les villes de taille moyenne.

Le territoire de Nancy se trouve au cœur d'axes routiers du fait de sa présence dans la grande région transfrontalière qui est composée des régions de la Sarre, du Luxembourg et de la Lorraine. L'A31, l'aéroport régional Nancy Metz et le TGV Est font de la ville, une zone facile d'accès. Au cœur de la ville, le transport est facilité par la mise en place d'un tramway (le premier roulant sur route et rail) qui traverse la ville. La mise en place d'une deuxième ligne dans l'autre sens va améliorer le déplacement des riverains. Nancy a eu pendant longtemps une image négative de son tramway du fait de sa mise en circulation difficile, ce qui a fait une mauvaise publicité de la ville. Maintenant, quand des personnes viennent sur Nancy, elles posent généralement la question si le tramway fonctionne correctement maintenant. La ville a donc marqué la population française du fait de la difficulté d'installation de son nouveau tramway.

3.1.3. Nancy, une ville de manifestations :

Nancy est une ville dynamique avec des manifestations régulières de plus ou moins grandes envergures. Chaque année, au mois de décembre, une foule vient dans la capitale meurthe et mosellane pour assister au traditionnel défilé du Saint Nicolas et du Père fouettard. La Saint Nicolas est une fête inspirée d'une personne ayant réellement existé, Nicolas de Myre appelé aussi Nicolas de Bari. Né à Patara au sud ouest de l'actuelle Turquie (à l'époque Asie mineure) entre 250 et 270, il fut le successeur de son oncle, l'évêque de Myre. De son vivant, Nicolas de Myre fut le protecteur des enfants, des veuves et des gens faibles. Il fut bienveillant et généreux. L'empereur Dioclétien régnant alors sur toute l'Asie mineure poursuivit cruellement les chrétiens, entraînant ainsi l'emprisonnement de Saint Nicolas qui fut contraint de vivre, par la suite, un certain temps en exil. Dans la nuit du 5 ou 6 décembre, le Saint Nicolas vient apporter des friandises aux enfants méritants et le père fouettard distribue des coups de trique aux enfants qui n'ont pas été sage pendant l'année. De cette manifestation s'enchaîne le traditionnel marché de Noël ce qui donne à la ville un mois de grande activité.

D'autres manifestations voient aussi le jour sur les différentes places de la commune comme les 24H de Stan (manifestation étudiante sur la place de la Carrière qui se déroule tous les deux ans.) mais aussi les foulées de la St Nicolas qui réunit pendant plusieurs jours les grands et les petits pour faire un course sous le signe de la convivialité.

3.1.4. Nancy, au cœur de l'Europe :

La ville de Nancy se trouve quasiment au cœur de l'Europe :

- A 150 km de Luxembourg
- A 300 km de Bruxelles
- A 150 km de Strasbourg
- A 100 km de l'Allemagne

3.2. Nancy, une ville qui vit par le sport :

Selon l'équipe magazine en 2007, la ville de Nancy est assez bien classée :

- 9^{ème} en termes de pratique de haut niveau
- 2^{ème} en termes d'équipements
- 20^{ème} en termes de volonté
- 1^{ère} en termes de sport pour tous

3.2.1. Un projet formalisé et partagé:

La ville possède un projet formalisé qui est réactualisé à chaque mandat. Mais celui ci n'est pas porté uniquement par la ville, la communauté urbaine et les communes du Grand Nancy partagent ce projet. Le Grand Nancy a pour responsabilité le sport professionnel et les grands équipements. Les villes quant à elles, s'occupent des autres équipements et des associations sportives qui ne sont pas professionnelles.

Le sport représente 297 000 m² de pelouse à entretenir selon M. Didier Beguin, directeur des sports de la ville de Nancy, 4 000 enfants sont concernés par la pratique du sport à l'école et 240 clubs ou associations sportives.

Les installations sont réparties de manière assez équilibrées sur l'ensemble de la ville avec 27 gymnases, 6 terrains de sport, 14 équipements spécifiques (boulodrome, skate parc, ball trap,...) et 18 terrains en accès libre. Le projet actuel de la ville est d'améliorer et d'agrandir les équipements actuels en rénovant les terrains en synthétiques, par exemple.

Les axes du projet sport de la ville :

- La promotion du sport et du développement de la pratique sportive en mettant à disposition les équipements et en soutenant les associations par l'intermédiaire de subventions, d'aides logistiques et de communication.
- La mise en œuvre d'actions en direction des jeunes à travers le milieu scolaire, l'extrascolaire, les quartiers et l'accompagnement éducatif.

Les objectifs principaux du projet sport de la ville :

- Poursuivre la mise en place de contrats d'objectifs avec les principaux clubs Nancéiens.
- Encourager les regroupements de la même discipline.
- Adapter l'offre des stages ou des écoles municipales en direction des jeunes en particulier avec les animations estivales.
- Etablir un plan pluriannuel de rénovation des équipements en relation avec la Direction du Patrimoine.
- Poursuivre l'accueil de grands évènements sportifs en lien avec le Grand Nancy.

La ville est active dans ce domaine dans le but de :

- soutenir toutes les pratiques visant à améliorer la qualité de vie des Nancéiennes et des Nancéiens en favorisant leur épanouissement personnel.
- Développer toutes les occasions de contact des habitants avec la Nature, dans un esprit de « développement durable ».
- Accroître la notoriété de la Ville et de l'agglomération grâce aux résultats des clubs sportifs professionnels et à l'accueil de grands évènements.

Nancy malgré sa grandeur est une ville modeste envers le sport, elle y consacre en moyenne 3,2% de ses dépenses au sport. C'est sensiblement identique aux villes de Mulhouse et de Toulon. Mais, le faible investissement de la ville, est du au fort investissement de la communauté urbaine qui finance 73€ par habitant pour 43€ pour la ville. L'ensemble regroupé permet au territoire de faire partie de la moyenne Nationale des financements attribués par les communes et communauté de communes au sport.

La ville a mis en place un véritable projet sportif peu contraignant. L'office municipal des sports (OMS), fédère un club sur deux, mais a pourtant peu d'influence. Elle se limite à la formation des dirigeants et à l'animation sportive. Une orientation particulière est proposée en direction des femmes du quartier du Haut du Lièvre et à destination d'une pratique pour tous.







Une communauté urbaine qui va de l'avant : le Grand Nancy a décidé de lancer une grande campagne de projet à travers toute l'agglomération. Ce projet a vu le jour suite à de nombreuses réunions entre les 20 communes afin de réaliser un diagnostic pour rendre le territoire plus attractif. Cette démarche de reconstruction de l'espace urbain s'associe parfaitement à l'aspect d'une ville sportive. Ce dynamisme permet d'attirer plus facilement des entreprises ; le secteur de Nancy ou de la Lorraine a bien besoin vu la conjoncture sociale actuelle.

La communauté de communes s'appuie sur des fonctions administratives et commerciales et affiche des spécificités fortes et reconnues localement et nationalement.

3.2.2. Nancy, neuvième en pratique de haut niveau (L'Equipe magazine) :

Le haut niveau est assez bien représenté avec :

Football	AS Nancy Lorraine	Ligue 1 masculine	
Basketball	SLUC Nancy	Pro A masculine	
Handball	ASPTT Nancy Vandoeuvre	Division 2 masculine	
Waterpolo	ASPTT Nancy	Division 1 féminine	
Volleyball	Vandoeuvre Nancy	Pro féminine	
CREPS de Lorraine		12 des 19 pôles lorraine	

Le handball a du mal à s'exprimer à travers les deux clubs de sports collectifs phares de la ville qui sont le SLUC Basket et l'ASNL. Une stratégie a été mise en place afin que l'ensemble des sports collectifs ne jouent pas en même temps, c'est-à-dire que l'on peut assister à une rencontre de handball le vendredi soir, de basketball le samedi soir et de volleyball le dimanche. Il est donc facile pour les amateurs de sports de pouvoir assister à des rencontres de haut niveau dans le même weekend.

3.2.3. Nancy, deuxième ville la mieux équipées en terme d'équipements sportifs :

En terme d'équipements, la ville est assez bien placée avec seulement 5 M€ d'investissements depuis 2001. La gestion des équipements sportifs est à la charge de la communauté urbaine telle que le palais des sports Jean Weill et les nombreuses piscines. Les carences les plus marquantes de la ville sont les pistes d'athlétisme et la patinoire couverte. Par la labellisation d'un Pôle France de canoë-kayak, la ville a pu mettre en place un stade d'eaux vives à l'image de celui réalisé à Pau, qui permet au club local d'exceller encore plus. Depuis 10 ans, de nombreux équipements ont pu être rénovés tels que :

- Stade Marcel Picot
- Palais des Sports Jean Weille
- Agrandissement et la modernisation du Parc des Sports de Vandoeuvre.
- Modernisation du stade Raymond Petit.
- Rénovation de l'ensemble des piscines du Pôle aquatique.

La ville compte de « grands équipements » avec deux stades, deux palais des sports et 3 bassins de natation de 50 mètres. C'est essentiellement la communauté urbaine qui a investi avec environ 50 M€ en six ans. La quasi-totalité des espaces sportifs a été rénové. Il ne manque plus qu'à la ville un boulodrome pour avoir l'ensemble de la panoplie des équipements sportifs. La ville et la communauté urbaine ont tous les équipements en main pour organiser tout type de manifestation

Des habitants sportifs : presque un habitant sur trois est licencié dans une enceinte sportive. La ville a même mis en place, pour favoriser le sport, l'opération Pass'sport, qui finance les licences des jeunes aux revenus modestes. L'accent est essentiellement mis sur l'initiation. Il y a un fort engouement pour le sport loisir. Les sorties en roller du vendredi soir ou les courses en témoignent. Le cadre s'y prête bien avec les bords de la Meurthe qui ont été aménagés et avec le parc de la pépinière qui se trouve au cœur de la ville.

3.2.4. Un savoir faire déjà reconnu :

De nombreuses personnes issues d'un périmètre d'environ 40 km viennent sur Nancy pour se détendre, pour profiter. La ville a donc une attractivité forte auprès des Meurthe et Mosellans et autres personnes. Il suffit de regarder le nombre important d'étudiants étrangers et de français venus pour suivre leurs études.

Nancy et les événements sportifs nationaux ou internationaux

2003 : Jeux Mondiaux des Transplantés (JMT)

2005 : étape du Tour de France

2006 : Finale de la Coupe de France de Handball Masculin

2006 : Fed cup

2006 : Championnat de France d'Athlétisme

2007 : Jeux des ASPTT (2500 athlètes)

2008 : Tournoi Qualificatif Européen de Volleyball Féminin

Tous les ans : Meeting Stanislas, Foulées de la Saint Nicolas

Championnat de France de Natation

La ville a été plusieurs fois étape du Tour de France depuis 1948 dont 2 fois ville départ du Tour de France. On constate que chaque année, la ville de Nancy en collaboration avec la Communauté Urbaine organise des manifestations de niveau national ou international comme par exemple le Meeting Stanislas. Ces manifestations donnent l'image d'une ville dynamique et sportive ayant une répercussion directe sur la population locale que ce soit au niveau de l'état d'esprit mais aussi de la considération que la population porte aux différentes institutions. Il est préférable pour une institution de faire des animations destinées à l'ensemble de la population et pas uniquement envers une classe social ou un public ciblé.

3.2.5. Nancy n'a rien à envier à Metz ou à toute autre ville :

Depuis de nombreuses années, il existe une rivalité entre Nancy et Metz et même entre la Moselle et la Meurthe et Moselle.

En terme sportif, la ville de Nancy n'a rien à envier à la ville de Metz. Malgré cela, cette concurrence entre les deux villes persiste. Quand une ligue reçoit l'organisation d'une manifestation, les deux villes sont généralement en concurrence afin de recevoir l'évènement. A l'heure actuelle, aucun sport n'est présent dans les deux villes en élite (excepté le football avant aujourd'hui, mais l'équipe du FC Metz est reléguée en deuxième division).

Cette rivalité n'est pas la seule et d'autres villes stimulent Nancy à se différencier par une certaine originalité pour favoriser et développer son attractivité. La ville se valorise par ses richesses et notamment la place Stanislas.

3.3. Intérêts et limites de la Lorraine pour les championnats d'Europe de handball masculin :

La Lorraine est une terre de handball, il y a donc un fort potentiel de spectateurs (16 000 licenciés) qui pourrait venir assister à des rencontres sportives. C'est aussi la neuvième ligue de France en termes de licenciés et de clubs. La région Lorraine a aussi accueilli le siège de la première Fédération Française de Handball. De plus, la région de l'Alsace est assez proche ainsi que de l'Allemagne ce qui accentue cette potentialité de spectateurs puisque ce sont deux territoires à forte culture handballistique. De plus, Nancy a la chance d'avoir une équipe masculine qui évolue en division deux ce qui permet de dire que la population possède déjà une certaine connaissance en handball.

La ville de Nancy, la région Lorraine et la ligue lorraine de handball ont déjà montré leur savoir faire en terme d'organisation sportive puisqu'elles ont organisé la finale de la coupe de France masculine en 2006. Cependant, le fait d'avoir une ville qui propose de nombreux évènements sportifs réguliers limite la mise en place de nouvelles manifestations. Il est préférable lors de la période des Championnats d'Europe de Handball, que le SLUC Nancy Basket est aucun match car il est délicat d'empêcher l'équipe de jouer dans sa salle ou de modifier le sol (le basketball joue sur un sol en parquet et le handball sur un sol en teraflex). En effet, si Nancy reçoit l'organisation d'une phase, elle ne pourra jouer que dans le Palais des Sports Jean Weille, le même que celui du SLUC Nancy Basket. L'organisation de cette manifestation ne dépend donc pas uniquement que de la FFHB. Des difficultés pour les sports de salle du secteur de Nancy vont apparaître en termes d'accessibilité puisque des salles d'entrainements et de matchs vont devoir être mises à dispositions des différentes équipes nationales. Un gros travail de relations en amont devra être fait avec les différents occupants afin que tout le monde puisse y trouver son compte.

Conclusion:

Nous venons de voir que le handball est un sport populaire notamment dans le milieu scolaire mais ce n'est pas pour autant qu'il bénéficie d'une médiatisation importante. Le handball ne bénéficie que de 1h57min13s en temps d'antennes sur les chaînes hertziennes en 2005 dont 1h48min46s sur France 2 alors que le basketball bénéficie de 5h49min9s. Cela n'empêche pas pour autant au handball d'avoir de nombreux spectateurs dans les salles lors des rencontres nationales, internationales ou locales

De plus, l'environnement des collectivités territoriales devient de plus en plus concurrentiel, ce qui conduit les territoires à mettre en œuvre une stratégie pour attirer et maintenir chez eux les agents économiques à la base du développement territorial. Ces stratégies sont aussi développées par les fédérations, les ligues et les comités dans le but de renforcer leur notoriété, améliorer leur image de marque et augmenter le nombre de licenciés. Cette similitude s'explique aussi du fait que les collectivités demandent aux associations de formaliser un projet afin d'avoir des objectifs précis et que les financeurs puissent s'y retrouver dans leur stratégie de marketing territorial. De ce fait, ville et association sportive se retrouvent avec des buts communs. Une association pour l'organisation d'un événement sportif ce fait alors de façon naturelle. Cette dernière permet d'avoir un impact supplémentaire sur le territoire et de façon beaucoup plus importante que si chacun avait travaillé de son côté.

Est-ce que Nancy a les moyens et des intérêts à organiser un événement de handball de niveau international ? Les explications que nous venons de voir semble indiquer que la réponse semble être oui sans aucun doute. Nancy est une ville jeune, dynamique qui aime le spectacle sportif. La venue d'une phase des championnats d'Europe masculin de handball répond donc aux objectifs établis dans le projet sportif de la ville et du Grand Nancy.

Cependant, il faut que l'évènement puisse répondre aux contraintes qu'une organisation peut provoquée. Ces contraintes peuvent être d'ordres temporels, politiques, électoraux, règlementaires ou financière. Concernant l'aspect politique, 2012 n'est une année

élective au niveau des municipales puisque les élections sont prévues pour 2013. Cela va permettre à la ville de Nancy de se donner un réel avantage compétitif et de se différencier vis-à-vis des territoires concurrents.

Nancy a déjà tous ce qu'il lui faut (cf tableau ci dessous) pour accueillir une manifestation internationale de handball en 2012. C'est une ville facile d'accès avec un magnifique palais des sports et de nombreux hôtels. Toutes les infrastructures sont présentes, il ne faut plus que convaincre la fédération européenne de donner l'organisation à la France et que la Fédération tombe sous le charme de la ville de Nancy. Avec une étroite collaboration entre la Ville, la Ligue Lorraine de Handball et tous les acteurs locaux, la manifestation ne peut être qu'une réussite et avoir un réel impact sur le territoire.

Acteurs	Forces	Faiblesses
FF handball	Titres des équipes nationales Nombre de licenciés Image de compétences	Sport amateur Faible médiatisation Image véhiculée (contact)
Ville de Nancy	Place Stanislas Image sportive Connaissance du tissu local Hébergement vaste et varié Axes routiers (A31, TGV,...)	Sports élites Climat du Nord Est (gris) Pas de compétences sportives pour gérer la pratique
La Meurthe et Moselle	Proximité du Luxembourg, Belgique et de l'Allemagne Intérêt pour le sport	Géographie du territoire Pas de compétences sportives pour gérer la pratique.
La Lorraine	Histoire du handball Deux villes moyennes Intérêts portés aux sports en particulier au handball.	Proche des frontières. Pas de compétences sportives pour gérer la pratique
Sponsor privé	Nombreuses sociétés Intérêt des marques pour le sport	Faible intérêt pour le handball. Peu de sièges sociaux en Lorraine
Ligue Lorraine de handball	licenciés (16 000) clubs (113) 9 ^{ème} ligue de France Clubs de national Organise des manifestations	Disparité entre les comités
ASPTT Nancy Vandoeuvre	Niveau de jeu: D2 masculine	Amateur / image peu positive
Enjeux et stratégie	Promouvoir le handball à travers tout le territoire. Proposer un évènement à la population de nancy. Véhiculer une image dynamique et positive. Toucher un public varié: sportif, licencié handball, tout public. Accueillir les meilleures équipes de handball d'Europe.	

Glossaire

Les ouvrages :

Bouinot. La ville compétitive, Ed. Economica, 2002

Desbordes – Falgoux. Organiser un évènement sportif, Eyrolles, 2003, 2004, 2007

Giband. Les territoires du sport entre politiques et pratiques, Collection Etudes, 2007

Hautblois – Desbordes. Sport et Marketing public, Economica, Connaissance de la Gestion, Janvier 2008.

Tribou – Augé. Management du sport, marketing et gestion des clubs sportifs, Dunod, 2006

Loret. Sport et management de l'éthique à la pratique. Editions EPS, 1995

OCDE, Villes et compétitivité : un nouveau paradigme entrepreneurial pour l'aménagement du territoire, OCDE, 2007.

Weinmann Gil et Monin Pierre, L'impact économique des manifestations sportives, juin 1999.

Les sites Internet :

www.wikipedia.org

www.lequipemagazine.fr

www.lemagazine.info.fr

www.nancy.fr

www.grand-nancy.org

www.ff-handball.org

www.ihf.info



MEMOIRE DE FIN D'ETUDE DE MASTER

Nancy-Université

Analyse stratégique de l'évènementiel sportif et du territoire :
Nancy et les Championnats d'Europe de Handball 2012 ?

Jessy COURTIER

Nancy Université

Juin 2008

Mots clés : marketing territorial, évènements sportifs, territoire, stratégie, enjeu territorial, politique sportive.

Résumé :

2012 : la prochaine étape du handball français ? La Fédération Française de handball (FFHB) a posé candidature pour organiser les Championnats d'Europe masculin de handball. Cet évènement est une occasion rêvée pour promouvoir cette pratique sportive à travers toute la France.

Ce mémoire traite des intérêts et des atouts d'un territoire d'accueillir un évènement sportif et plus particulièrement la ville de Nancy avec les Championnats d'Europe Masculin de Handball en 2012.

Mots clés : territorial marketing, sport event, territory, territory, strategy, territorial states, sporting policy.

Abstract :

2012 : the next step of French Handball ? The FFHB apply for organize the Handball Men's European Championship. This event is a great opportunity to develop this sport.

This master's thesis handles of interests and possibilities to receive a sport event and in particulary at Nancy with Handball Mens's European Championship.