



HAL
open science

Marketing territorial et usages politiques des événements sportifs

Ludovic Lestrelin, Adrien Sonnet

► **To cite this version:**

Ludovic Lestrelin, Adrien Sonnet. Marketing territorial et usages politiques des événements sportifs. Atlas social de Caen. De l'agglomération à la métropole ?, 2020, pp.148-149. <hal-03880589>

HAL Id: hal-03880589

<https://normandie-univ.hal.science/hal-03880589v1>

Submitted on 1 Aug 2025

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire HAL, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons CC BY-NC-SA 4.0 - Attribution - Non-commercial use - ShareAlike - International License



Atlas social de Caen

Laboratoire Espaces et Sociétés - UMR 6590 - CNRS

Marketing territorial et usages politiques des événements sportifs

Ludovic Lestrelin, Adrien Sonnet,

Éditeur



Université de Caen Normandie
Laboratoire Espaces et Sociétés
UMR 6590 - CNRS
Maison de la Recherche en Sciences Sociales
Esplanade de la Paix
14032 Caen Cedex

Édition scientifique

URL : <http://atlas-social-de-caen.fr/index.php?id=516>

DOI : en attente

Référence numérique

Ludovic Lestrelin, Adrien Sonnet, 2020 : « Marketing territorial et usages politiques des événements sportifs », in Fournier, J.-M. & Caro, P. (dirs), *Atlas social de Caen*, planche mise en ligne le mercredi 16 d?cembre 2020, consultée le mercredi 16 d?cembre 2020 URL : <http://atlas-social-de-caen.fr/index.php?id=516>

Comme dans d'autres villes françaises, le sport est devenu à Caen, en quelques années, une composante clef du récit urbain porté par les élus. Celui-ci se veut fédérateur et différenciant. En témoigne le développement des événements sportifs, utilisés pour façonner une image et faire de la cité normande une « ville attractive » dans un contexte de compétition interurbaine accrue.

Février 2018. Pour une durée de deux ans, Caen se voit décerner par le ministère des sports les trois lauriers du label « ville active et sportive ». La composition de l'équipe municipale élue en 2014 n'est pas étrangère à cette politique volontariste pour faire rayonner la ville. Leader d'une droite gaulliste associée aux réseaux démocrates-chrétiens, le maire est un ancien coureur à pied de haut niveau, longtemps investi dans les instances de l'athlétisme normand. Son adjoint au sport fut président du Tennis club caennais pendant huit ans.

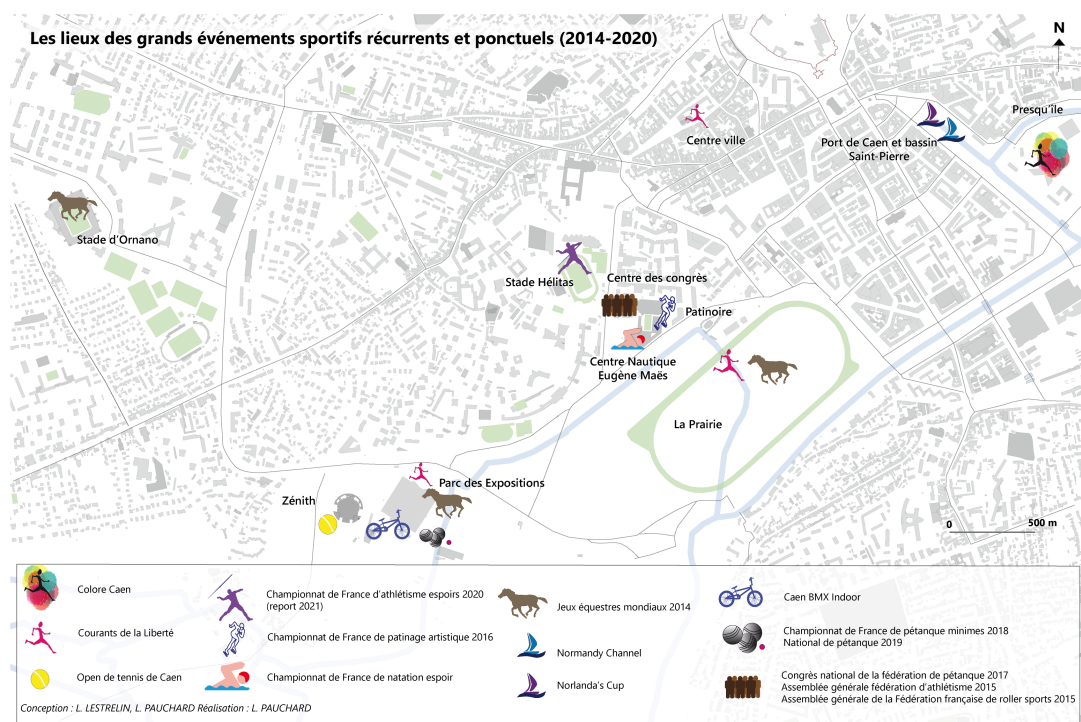


Figure 1 : Les lieux des grands événements sportifs récurrents et ponctuels (2014-2020)

Carte : L. Pauchard

La politique événementielle se décline en rendez-vous récurrents, localisés dans quelques sites emblématiques qui permettent notamment de mettre en avant les atouts de l'espace urbain. Parallèlement, la municipalité se porte candidate à l'accueil de compétitions d'envergure nationale qui valorisent les grands équipements. Les élus entendent enfin inscrire Caen dans le réseau des villes de congrès sportifs. La combinaison de ces trois stratégies dessine une géographie urbaine des hauts lieux du sport à Caen.

L'affirmation de la « ville événementielle »

Quatre grands rendez-vous sportifs rythment l'agenda caennais. En juin, les Courants de la Liberté se tiennent le temps d'un week-end. Depuis 1988, ils ont gagné en ampleur en misant sur la diversification. Les épreuves se succèdent, dont la Rochambelle, une course à pied féminine solidaire, au profit de la lutte contre les cancers, devenue un moment phare des festivités (14 000 femmes en 2019). Lancé en 2007, l'Open de tennis ambitionne d'être le plus grand tournoi amateur de France, tout en attirant des joueurs renommés du circuit professionnel. En décembre, les phases finales sont jouées dans le Zénith étant donné l'importance du public. En février, c'est le BMX Indoor qui s'installe au Parc des expositions. Créé en 2009, il revendique 1 500 sportifs internationaux et

6 000 spectateurs. Enfin en mai, la *Normandy Channel Race* prend ses quartiers sur le port de plaisance. Fondée en 2010, c'est une course de bateaux « class 40 ». D'importance inégale, ces rendez-vous contribuent à forger l'image d'une ville sportive et dynamique.

Les trois premiers événements sont portés par des associations, le dernier par une société affiliée à la fédération de voile. Tous sont soutenus par la municipalité. Marque de sa sensibilité au sport, l'exécutif municipal a lancé une profonde restructuration de la direction des sports pour favoriser le décloisonnement et en accroître la professionnalisation. Incités à travailler avec leurs homologues du tourisme et de la communication, les agents du nouveau service événementiel prospectent et apprennent à monter des dossiers de candidature afin d'accueillir des compétitions d'envergure nationale. Propriétaire du parc des expositions et du centre de congrès, la municipalité a, en outre, réorienté vers le sport la stratégie de la société qui gère les lieux en délégation de service public. Au sein du parc des expositions, elle a installé un salon des sports et un salon de la « glisse urbaine », en les couplant aux Courants de la Liberté et au BMX Indoor. Le centre des congrès, quant à lui, sert à la réception de congrès fédéraux pour faire de Caen une destination de voyages d'affaires en version sportive.

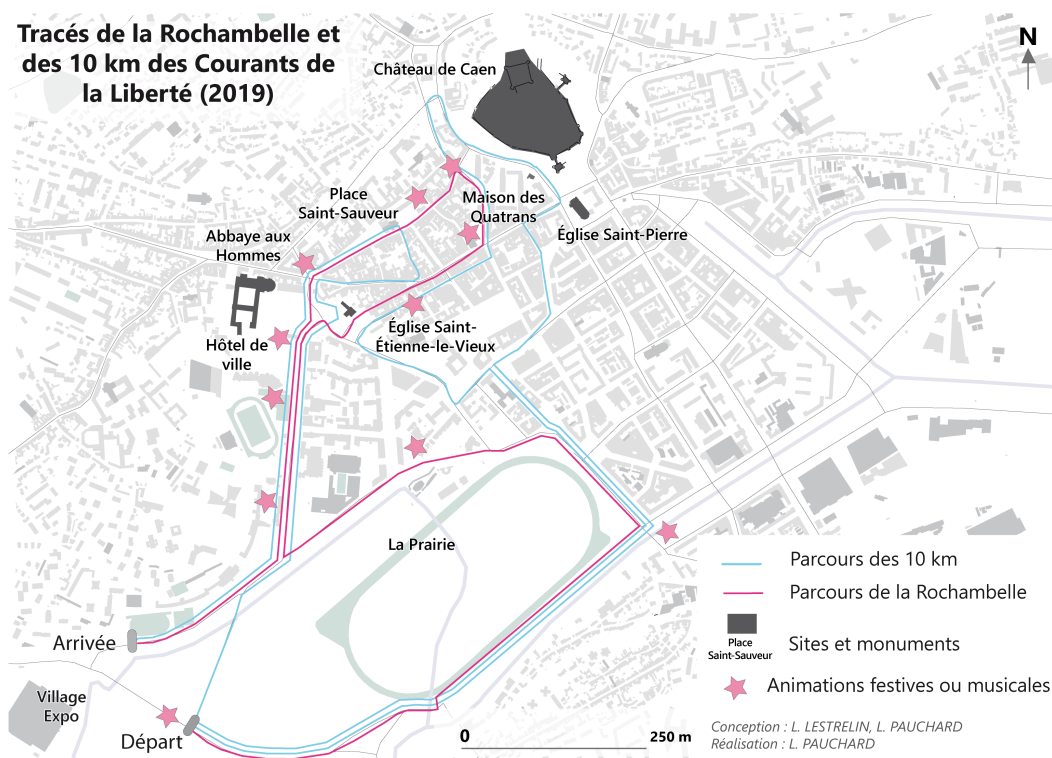


Figure 2 : Le tracé de la Rochambelle et des 10 km des Courants de la Liberté (2019)

Carte : L. Pauchard

Les « Courants de la Liberté » se sont peu à peu enrichis de diverses épreuves. Depuis 2016, les parcours des 10 km et de la Rochambelle ont été intégrés dans le centre-ville, de sorte que leurs tracés traversent les lieux et sites patrimoniaux. Créé en 1988 pour l'inauguration du Mémorial, le marathon emprunte les plages du débarquement. Quant au semi-marathon, il part du Pegasus Bridge. En revanche, le musée caennais a disparu de la carte des festivités alors qu'il en fut historiquement l'épicentre.

Forger une image attractive, asseoir un leadership politique

Pour les élus, ces événements sont la promesse de retombées matérielles et immatérielles. Il s'agit de s'affirmer dans la compétition interurbaine et de « faire bouger la ville » en concevant des manifestations festives et

populaires. La commande faite par la municipalité à une agence privée de développer pour les étudiants une course à pied « fun », la Colore Caen, s'inscrit dans cette optique. L'animation des commerces et la promotion touristique sont au cœur du repositionnement des Courants de la Liberté en centre-ville, offrant la perspective de mettre en scène le patrimoine architectural, de susciter la venue de visiteurs et de dépayser les habitants par l'ambiance urbaine éphémère ainsi créée. La *Normandy Channel Race* vise quant à elle à offrir des débouchés aux entreprises de la filière nautique.

Figure 3 : Le bassin de plaisance occupé par la *Normandy Channel Race*.



Photo : Jean-Marc Fournier, 2020.

Le recours aux événements sportifs signale plus largement l'adhésion de la majorité municipale au discours de l'attractivité. Soigner l'image pour séduire et créer du désir suppose d'utiliser les outils du marketing territorial afin de définir un mode de vie « à la caennaise » avant d'en faire la promotion. Le sport contribue alors à célébrer le dynamisme de la ville bleue et verte (port, canal, prairie), atouts censés différencier Caen des autres villes de même rang, ainsi que des concurrentes normandes : Le Havre et Rouen. Éminemment politiques, les enjeux d'image suscitent l'engagement des élus. La maîtrise du récit sur l'identité urbaine est une façon de changer le regard sur l'agglomération tant pour les Caennais que pour les personnes extérieures. Cela permet aussi de tisser des liens entre les élus et la société locale, notamment via les associations. L'organisation d'événements sportifs mobilise acteurs privés et publics, actionne une logique de projets offrant au maire un rôle fédérateur, lequel peut aussi s'inscrire dans la filiation prestigieuse de Jean-Marie Girault, le « grand maire » à l'époque où Caen fut élue en 1990 par le journal *L'Équipe* « ville la plus sportive de France ».

Bibliographie

Blin E., Sport et événement festif. La ville à l'heure des marathons et des semi-marathons, *Annales de géographie*, n°685, 2012, p. 266-286. [DOI:10.3917/ag.685.0266](https://doi.org/10.3917/ag.685.0266)

Chadoir P., La ville événementielle : temps de l'éphémère et espace festif, *Géocarrefour*, vol. 82, n°3, 2007. [DOI:doi.org/10.4000/geocarrefour.2301](https://doi.org/10.4000/geocarrefour.2301)

Houllier-Guibert C-E., De la communication publique vers le marketing des territoires : approche microsociologique de la fabrication de l'image de marque, *Gestion et management public*, n°2, 2012, p.

35-49. [DOI:10.3917/gmp.002.0035](https://doi.org/10.3917/gmp.002.0035)

Koebel M., Le sport, enjeu identitaire dans l'espace politique local, *Savoir/Agir*, n°15, 2011, p. 39-47. [DOI:10.3917/sava.015.0039](https://doi.org/10.3917/sava.015.0039)

Le Bart C., Les politiques d'image : entre marketing territorial et identité locale, in Balme R., Faure A., Mabileau A. (dir), *Les nouvelles politiques locales*, Paris, Presses de Sciences Po, 1999, p.417-427.

Ludovic Lestrelin

Maître de conférences en STAPS, Université de Caen Normandie, enseignant-chercheur, EA4260 Centre d'Étude Sport et Actions Motrices (CESAMS) et associé à l'UMR 6590 Espaces et sociétés

ludovic.lestrelin@unicaen.fr

<http://www.unicaen.fr/recherche/mrsh/pagePerso/2531329>

Adrien Sonnet

Doctorant en Sciences et techniques des activités physiques et sportives, Université de Bordeaux, EA 7437

Laboratoire Culture Éducation Sociétés (LACES)

sonnetadrien@gmail.com

<https://fr.linkedin.com/in/adrien-sonnet-3818b6141>

2020.

© Creative Commons - 4.0 BY-NC-ND