

Synthèse : Sport, Attractivité Territoriale et « Legacy »

Apport de Christophe Alaux, Professeur à Aix-Marseille Université, Directeur de la Chaire *Attractivité & Nouveau marketing territorial* et de l'IMPGT.

Concepts clés

Attractivité territoriale : deux verbes fondamentaux

- **Attirer** : touristes, investisseurs, étudiants, nouveaux habitants.
- **Ancrer** : fidéliser les ressources déjà présentes, renforcer l'appartenance.

Legacy (héritage des événements sportifs)

- Ne pas se concentrer uniquement sur l'événement.
 - Penser à l'**usage durable** des infrastructures.
 - Intégrer un héritage **tangible** (équipements, logements) et **intangible** (image, fierté, rayonnement).
-

Soft Power & Rayonnement international

Les grands événements (JO, Coupe du monde, 24h du Mans, Vendée Globe...) :

- Sont des **médias planétaires** : diffusion mondiale, audiences massives.
- Renforcent l'image de compétence, la capacité à accueillir, et la **marque territoriale**.
- Inspirent des stratégies réussies : **Vendée, Manche**, qui utilisent sport de nature et aventures maritimes comme leviers d'attractivité.

Image, fierté et perception des habitants

Le sport favorise :

- **Fierté d'appartenance** (clubs emblématiques, victoires, symboles territoriaux).
- **Lien social** (communautés de supporters, familles, associations).
- **Inclusion**, via des projets accessibles à tous les publics.

Étude JO de Paris 2024

- Avant : 29 % des Parisiens y voyaient une mauvaise idée.
- Après : seulement 16 %.
- Plus de **80 %** jugent l'événement positif.
- On surestime souvent les risques anticipés et on sous-évalue les bénéfices vécus.

Sport, santé & attractivité future

Une question stratégique

La **santé** pourrait-elle devenir le moteur d'attractivité du futur ?

Idée clé : les territoires attractifs demain seront ceux où l'on peut :

- respirer un air sain,
- pratiquer une activité physique facilement,
- profiter d'un environnement naturel préservé.

Exemples inspirants

- La **Manche**, les **Pays-Bas** : qualité de vie, sports de nature, littoraux mis en avant.
- Slogans émergents : « *Venez comme touristes, restez comme habitants.* »

Messages clés à retenir

- Le sport est un **levier complet** : attractivité, fierté, image, cohésion.
- Les grands événements doivent être pensés avec une **vision long terme**.
- L'avenir de l'attractivité pourrait basculer vers un nouveau triptyque : **santé – nature – sport**.