



Les Grands Événements Sportifs Internationaux (GESI) : un enjeu d'attractivité

Un rapport présenté par Edmond de La Panouse, Membre élu de la CCI Paris Île-de-France



Sommaire

<u>PRÉ</u>	<u>PRÉAMBULE</u>			
	APITRE 1:			
<u>LES</u>	GRANDS ÉVÉNEMENTS SPORTIFS INTERNATIONAUX (GESI)	6		
1-0	QU'EST-CE QU'UN GESI?	7		
A -	DÉFINITION	7		
В-	LES ÉVÉNEMENTS EXCEPTIONNELS / TOURNANTS	8		
C-	LES ÉVÉNEMENTS RÉCURRENTS	9		
H-	DES MANIFESTATIONS AUX ENJEUX MULTIPLES	10		
A -	DES ENJEUX D'ORDRE SPORTIF ET DE COHÉSION SOCIALE	10		
B -	DES ENJEUX D'ATTRACTIVITÉ ET DE RAYONNEMENT À L'INTERNATIONAL	10		
C-	DES ENJEUX D'ORDRE ÉCONOMIQUE	11		
D -	DES ENJEUX D'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE	11		
	APITRE 2 : RIS ÎLE-DE-FRANCE, UN TERRITOIRE À FORT POTENTIEL POUR L'ACCUEIL DES GESI	12		
1-	LES FORCES DE LA DESTINATION	13		
A -	Une offre d'infrastructures sportives riche et variée	13		
В-	UNE ATTRACTIVITÉ TOURISTIQUE UNIQUE AU MONDE	15		
C-	UNE ACCESSIBILITÉ AU TERRITOIRE DE PREMIER ORDRE	15		
D-	DES INFRASTRUCTURES DE TRANSPORT DENSES	16		
E-	Une offre d'hébergement riche	16		
F-	UN VIVIER D'ENTREPRISES ET DE START-UP QUI GRAVITENT AUTOUR DU SPORT	17		
H-	DES FRAGILITÉS À GOMMER	17		
A -	Une gouvernance parfois inadaptée	17		
В-	Un accueil et un accompagnement des clientèles à améliorer	18		
C-	DES ENTREPRISES PEU IMPLIQUÉES DANS L'ACCUEIL DES GESI	19		
D -	Un accès aux commerces et au centre-ville pendant le déroulé			
	DES ÉPREUVES À SÉCURISER ET À FACILITER	21		
E-	Une exemplarité à démontrer en termes de sécurité, de propreté et d'éco-responsabilité	21		
F-	UNE ADHÉSION DES POPULATIONS À RENFORCER	23		

CHAPITRE 3:	
PARIS ÎLE-DE-FRANCE, UNE PLACE CONFRONTÉE À UNE VIVE CONCURRENCE	24
I - L'ORGANISATION DE GESI : UN SAVOIR-FAIRE FRANCILIEN?	25
IIDANS UN CONTEXTE DE VIVE CONCURRENCE INTERNATIONALE	25
III - QUELLES PISTES POUR L'APRÈS JOP DANS LE CONCERT DES MÉTROPOLES MONDIALES ?	27
CHAPITRE 4:	
DE LA NÉCESSITÉ DE FAIRE DES JOP DE 2024 UNE RÉUSSITE EN TERMES D'HÉRITAGE	<u>29</u>
I - L'EXEMPLE DES JEUX OLYMPIQUES ET PARALYMPIQUES	30
II - DEUX EXEMPLES D'HÉRITAGES RÉUSSIS : BARCELONE 1992 ET LONDRES 2012	30
CHAPITRE 5 : LES PRÉCONISATIONS DE LA CCI POUR FAIRE DE PARIS UNE RÉFÉRENCE	
MONDIALE DANS L'ACCUEIL DES GESI	33
ANNEXE	<u>53</u>
Annexe 1 – Bibliographie	53
Annexe 2 – Tableau des auditions	54

Synthèse des propositions

AXE 1 : PROMOUVOIR ET VALORISER : mobiliser les acteurs publics et privés pour préparer le territoire à l'accueil récurrent de GESI

- 1) Positionner Paris comme la capitale mondiale du sport et des GESI
- 2) Coordonner et rationnaliser les actions pour faciliter l'accueil des GESI
- 3) S'appuyer sur l'écosystème des congrès et salons pour réunir les acteurs du sport et capter les compétitions d'e-sport
- 4) Anticiper les problématiques de recrutements spécifiques aux secteurs de l'événementiel et du tourisme

AXE 2 – ORGANISER ET ACCUEILLIR (PENDANT): assurer une bonne organisation des événements

- 5) Devenir exemplaire en termes d'accueil des visiteurs
- 6) Garantir un environnement sécurisé
- 7) Développer une approche éco-responsable et combler le déficit en termes d'hygiène et de propreté
- 8) Exploiter les GESI pour accroître les retombées économiques
- 9) Impliquer les entreprises dans « l'événementialisation » du territoire

AXE 3 – INTEGRER ET EXPLOITER (HERITAGE) : renforcer et équiper le territoire au service de l'héritage de l'événement

- 10) Intégrer les GESI dans le projet de territoire
- 11) Renforcer les liens entre GESI et populations locales
- 12) Inclure l'action des entreprises lors des GESI dans une perspective de long terme

Préambule

Paris Île-de-France fait partie des « global cities », métropoles économiquement, médiatiquement et touristiquement attractives, à l'instar de Londres, New-York, Tokyo, Los Angeles...

Elle dispose de ce fait d'infrastructures lui permettant d'accueillir régulièrement des Grands Événements, qu'ils soient d'affaires (salons, congrès...), culturels (grandes expositions, « fashion week »...), politiques / diplomatiques (COP 21, sommets internationaux...) ou Sportifs Internationaux (GESI). Ces manifestations qu'elles soient récurrentes (Roland Garros, arrivée du Tour de France, Grands Prix Hippiques, marathon...) ou tournantes (Ryder Cup, Mondiaux de football, de rugby, championnats de dimension internationale, JOP...) participent activement à l'attractivité de la destination.

Malgré ce bon positionnement, elle doit continuer à entretenir un écosystème pour faire vivre une filière qui génère de l'activité pour les entreprises et de l'emploi non délocalisable. La destination promeut en même temps son image à travers des valeurs de dynamisme, d'universalisme, de lien social, d'accueil, etc.

Cela est d'autant plus important que le territoire francilien va être tout prochainement marqué par l'organisation et la tenue de deux grands événements de dimension mondiale : la Coupe du monde de rugby en 2023 et surtout les Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024.

LES GRANDS OBJECTIFS DE CE RAPPORT¹

- Rappeler les enjeux d'être une destination leader en matière d'accueil de grands événements sportifs et réaliser un diagnostic objectif de l'attractivité de Paris Île-de-France dans ce domaine, notamment face à la concurrence
- Identifier les forces et les fragilités de la destination
- Formuler des préconisations visant à renforcer l'attractivité du territoire en la matière afin de faire de ces grands événements sportifs pour les entreprises des vecteurs d'activité, d'emploi, de progrès dans les démarches RSE et, pour la population, de lien social et de sentiment d'appartenance au territoire

¹ Il s'inscrit dans la continuité du rapport « Les grands événements : un moteur pour la croissance économique et touristique du Grand Paris » que la CCI Paris Île-de-France avait adopté en octobre 2013, ainsi que de récents rapports sur le tourisme et le commerce et la contribution de la CCIR au Schéma Régional du Tourisme et des Loisirs 2022-2027 adopté le 17 mai 2022 par le Conseil Régional.



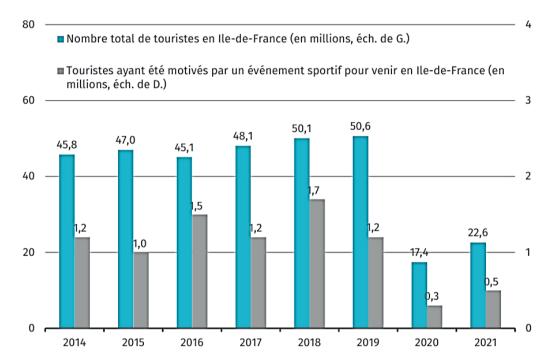
I - QU'EST-CE QU'UN GESI?

A - DÉFINITION

L'Institut Régional du Sport (IRDS) définit ces événements comme des « compétitions majeures des disciplines sportives de haut niveau sans qu'il y ait de critères de fréquentation ou de médiatisation. Il s'agit des compétitions sportives seniors de niveau international ou continental ouvrant droit à un titre, un classement mondial ou appartenant à un circuit officiel ».

Si cette définition précise qu'il n'y a pas de critère de fréquentation ou de médiatisation, c'est que ces événements sont dépendants de la nature des disciplines (Coupe du monde de football versus championnats du monde de plongeon) ou de popularité selon le pays ou la ville hôte (la Ryder Cup est beaucoup plus populaire dans le monde anglo-saxon ou en Asie que dans les pays latins). Ces compétitions contribuent cependant, à différents niveaux, à l'attractivité touristique et médiatique d'une région, comme c'est le cas pour l'Île-de-France (cf. graphique ci-dessous).

La présence de grands événements sportifs contribue à l'attractivité de la région



Source : CRT Paris Ile-de-France

Au-delà de cette définition, il convient de distinguer deux types d'événements dont l'impact sur le territoire est à appréhender de manière très différente.

B - LES ÉVÉNEMENTS EXCEPTIONNELS / TOURNANTS

Ils se caractérisent par le changement de ville hôte à chaque édition. Généralement, ils jouissent d'une très forte médiatisation sur une période assez longue (deux fois 15 jours pour les JOP, quasi deux mois pour la Coupe du monde de rugby). Le processus de candidature, organisé par une fédération ou un organisme international, est long, complexe et très concurrentiel. Pour la candidature olympique, Paris s'est déclarée plus de 2 ans avant sa désignation et a fait face à 5 villes concurrentes, dont 4 ont abandonné au cours du processus. Sont ainsi pris en considération différents critères liés à la qualité des dossiers de candidatures et à la capacité de la destination d'accueillir et organiser des événements de cette ampleur. Les actions de lobbying/d'influence sur les forces des destinations sont donc fondamentales.

FOCUS 1 EXEMPLE DE GESI TOURNANT

La Ryder Cup à Saint-Quentin-en-Yvelines en 2018

<u>L'événement</u> : Trophée de golf opposant les États-Unis à l'Europe

<u>Périodicité</u>: biennale

Impact de l'événement



Le ministère des sports, la Fédération Française de Golf et le CRT Paris Île-de-France ont publié une étude sur l'impact médiatique, économique, social et environnemental de l'épreuve. Il en ressort que :

- 13 360 heures de programmes ont été diffusées à l'international (65 % aux États-Unis)
- la médiatisation de la France est estimée à 95 heures soit une valorisation de 2,7 millions d'euros
- l'impact économique pour la France a été évalué entre 76,2 et 81,9 millions d'euros (dont 20 millions pour Saint-Quentin-en-Yvelines) et 644 Emplois ETP
- la visibilité et la notoriété de la FFG et du Golf national ont été accrues.

Enjeux pour Paris Île-de-France

Démontrer la capacité d'organiser le plus grand et médiatique événement de golf était une première pour la France. L'enjeu était d'autant plus fort qu'il s'agit d'un sport très populaire dans la culture anglo-saxonne et beaucoup moins en France. La Ryder Cup, créée en 1927, a longtemps opposé les Américains aux Britanniques, auxquels se sont joints les Irlandais puis les autres pays européens. Seules deux éditions s'étaient déroulées hors du Royaume-Uni en Europe : en Espagne en 1997 puis en Irlande en 2006. L'édition 2023 se déroulera également en Italie. L'Île-de-France s'est ainsi imposée comme une destination de référence pour la discipline au niveau international. En 2018, elle a d'ailleurs accueilli dans la foulée la Ryder Cup Junior sur un autre parcours de la région : le Golf de Disneyland Paris à Magny-le-Hongre en Seine-et-Marne.

A l'échelle des Yvelines, pour l'édition senior, le territoire a su se mobiliser et fédérer les acteurs autour du projet et réussir l'accueil de l'événement pour l'ensemble des participants et spectateurs (disponibilité de l'hébergement, sécurisation du site, gestion des déplacements...).

C - LES ÉVÉNEMENTS RÉCURRENTS

Ils sont organisés chaque année à la même période et dans un même lieu. Fortement médiatisés, ils permettent de créer une « marque » associée au territoire qui les accueille. L'organisateur peut être national ou international. Compte tenu du contexte concurrentiel entre métropoles, la vigilance reste de mise pour ne perdre aucun de ces événements (tentative de de création d'un nouveau tournoi du Grand Chelem sur terre battue remplacant Roland Garros, changements réguliers des villes hôtes pour des grands prix de formule 1...).

FOCUS 2 EXEMPLE DE GESI RÉCURRENT

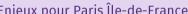
Le tournoi du Grand Chelem de Roland Garros

L'événement : Tournoi de tennis du Grand Chelem, un des 4 tournois majeurs au niveau mondial

Périodicité: annuelle depuis 1891

Impact de l'événement (édition 2022)

- Plus de 300 millions € de CA
- 20 000 heures de diffusion sur 170 chaines dans 223 pays
- Tournoi de tennis le plus regardé au monde avec 699 millions d'heures visionnées
- 613 500 spectateurs dont un tiers d'étrangers



ses commerces, etc.



le plus grand tournoi au monde, Londres ayant su parfaitement événementialiser ce tournoi dans ses rues,

Au-delà de ces deux catégories, certains événements peuvent être assimilés à des grands événements sportifs internationaux. C'est le cas, par exemple, des grandes courses hippiques parisiennes qui rassemblent les meilleurs jockeys et dont la renommée et les retombées médiatiques sont internationales : Qatar Prix de l'Arc de Triomphe, Prix d'Amérique Legends Race, etc. ; le Prix de l'Arc de Triomphe a été désigné cinq fois comme la meilleure course au monde depuis 2015 et accueille environ 35 000 spectateurs à l'hippodrome de Longchamp, où se mêlent une cinquantaine de nationalités. A l'inverse, les événements sportifs programmés en Île-de-France en amont des Jeux olympiques (fête du sport, Red Bull Cliff Diving World face à la Tour Eiffel, etc.) n'entrent pas dans cette catégorie puisqu'il s'agit d'événements qui attirent plutôt un public local et n'apportent aucun titre spécifique aux compétiteurs.



II - DES MANIFESTATIONS AUX ENJEUX MULTIPLES

A - DES ENJEUX D'ORDRE SPORTIF ET DE COHÉSION SOCIALE

Outre le bilan des médailles qui est généralement meilleur pour la nation hôte, dans la mesure où ses athlètes jouent « à domicile », les GESI sont l'occasion de fédérer la population autour du sport, d'encourager sa pratique au quotidien et développer un sentiment de cohésion et de fierté nationale. L'activité sportive est en effet un enjeu social et sociétal, que ce soit en termes de convivialité, de pratiques dans les entreprises mais également, à plus long terme, de santé publique. A ce titre, l'accueil des leux Olympiques

« La France n'est pas suffisamment une nation du sport, il faut développer sa pratique sur le long terme en favorisant son accès pour l'ensemble de la population, à l'image de ce qui peut être fait pour la culture ».

Michel Savin, Sénateur (Isère), Président du groupe d'étude du Sénat sur les grands événements sportifs

Paralympiques à Paris a ainsi enclenché une dynamique qui a abouti à l'instauration du dispositif « 30 minutes d'activité physique quotidienne à l'école ».

B - DES ENJEUX D'ATTRACTIVITÉ ET DE RAYONNEMENT À L'INTERNATIONAL

« Organiser des GESI est devenu une priorité pour toutes les capitales de rang mondial comme Paris, porte d'entrée et portedrapeau de l'attractivité nationale : créer l'événement c'est se positionner face à la concurrence ».

Sophie Mandrillon, Directrice marketing et partenariats à Atout France

La France et plus particulièrement la région capitale bénéficient d'un positionnement avantageux dans le club très fermé des villes monde (« global cities »). Il s'agit d'un outil de « soft power » majeur dans la compétition entre les métropoles internationales. Les retombées en termes d'image, de notoriété et d'influence sont très importantes pour les destinations et sont une dimension de l'attractivité globale de celles-ci. L'accueil des grandes

manifestations sportives, récurrentes ou à capter, s'inscrit indéniablement dans la compétition que se livrent ces grandes « villes monde » pour rayonner à l'international.

EXEMPLES D'IMPACTS MÉDIATIQUES

Pour les JO de Rio en 2016, on estime à 350 000 le nombre d'heures de diffusion télévisuelle et entre 4 et 5 milliards le nombre de téléspectateurs. 25 000 journalistes ont été accrédités. S'y ajoute une « médiatisation indirecte » : reportages et thématiques télé / presse / radio à propos du lieu d'accueil qui se multiplient à l'approche de tels événements.

Le tour de France offre par exemple 6 300 heures de diffusion télévisée avec le dernier jour, la traversée de Paris via le Louvre ou encore les Champs-Elysées retransmise dans le monde entier.

C - DES ENJEUX D'ORDRE ÉCONOMIQUE

Ces grands événements génèrent par ailleurs d'importantes retombées directes, indirectes et induites pour le territoire via la venue et la consommation des clientèles professionnelles et touristiques. Ce sont donc des dizaines de milliers d'entreprises de secteurs liés à l'activité touristique (hôtellerie, restauration, shopping, transport, événementiel, tourisme de loisir...) qui sont les premières bénéficiaires de la tenue de telles manifestations.

Il s'agit en outre d'une opportunité pour les entreprises de l'écosystème du sport et de l'événementiel (équipementiers, organisateurs...) de promouvoir leurs activités, leurs produits et services auprès de leur cœur de cible. Ces événements sont l'occasion de valoriser des marques françaises et étrangères via les activités de sponsoring, de mécénat, etc.

Maintenir cette attractivité dans ce domaine est un atout pour les entreprises du territoire et par conséquent une source non négligeable d'emplois non délocalisables.



D - DES ENIEUX D'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE

La question de l'héritage est désormais centrale dans la tenue et la réussite des grands événements sportifs. Elle s'articule autour des notions de développement et d'aménagement du territoire mais également d'adhésion populations, de lien social, d'écoresponsabilité. La construction, la conservation et la réutilisation des (équipements infrastructures infrastructures sportifs. de

« Le rôle strict du COJO est l'organisation de l'événement stricto sensu. Cependant, les organisateurs de GESI ont désormais des objectifs pour que l'impact positif de l'événement se fasse également auprès et pour les populations et des territoires. »

Grégoire Koenig, Conseiller délégué aux relations institutionnelles à Paris 2024

transport, logements...) doivent être en accord avec les problématiques d'inclusion des populations locales pour que celles-ci accueillent favorablement l'événement et en soient les premiers ambassadeurs.



Paris Île-de-France, destination touristique de premier plan se positionne parmi la concurrence internationale avec ses forces, ses faiblesses et des contraintes liées notamment à une densité et une urbanisation importantes. Rappelons qu'audelà de ces critères objectifs, des enjeux d'ordre géopolitique existent lorsqu'il s'agit de se porter candidat pour organiser un GESI. D'une part, la règle plus ou moins formelle visant à faire « tourner » leur organisation entre continents (la plupart du temps entre l'Amérique, l'Asie, l'Europe) est souvent appliquée et renforce la concurrence à l'intérieur d'un même continent. D'autre part, certains pays (Chine, Russie, Qatar...) mettent tout en œuvre pour que leur candidature à des GESI favorise leur intégration dans le concert des nations (« soft power »). Si cela n'est pas sans poser des questions sur les aspects environnementaux, les droits de l'homme ou les conditions de travail – organisation par le Qatar de la Coupe du monde de foot 2022, organisation des JO d'hiver de 2014 à Sotchi (station balnéaire au bord de la mer Noire), JO d'hiver de Pékin sur des sites sans équipements préalables et faiblement enneigés, désignation de l'Arabie Saoudite pour organiser les JO asiatiques d'hiver de 2029... – cette dimension géopolitique nécessite donc de développer une « Business diplomatie » adaptée.

I - LES FORCES DE LA DESTINATION

A - Une offre d'infrastructures sportives riche et variée

Forte de sa tradition d'accueil et d'organisation d'événements sportifs, l'Île-de-France dispose déjà d'une offre d'équipements de dimension nationale et internationale. La diversité des sports déjà accueillis lui permet d'organiser des compétitions de tous ordres.

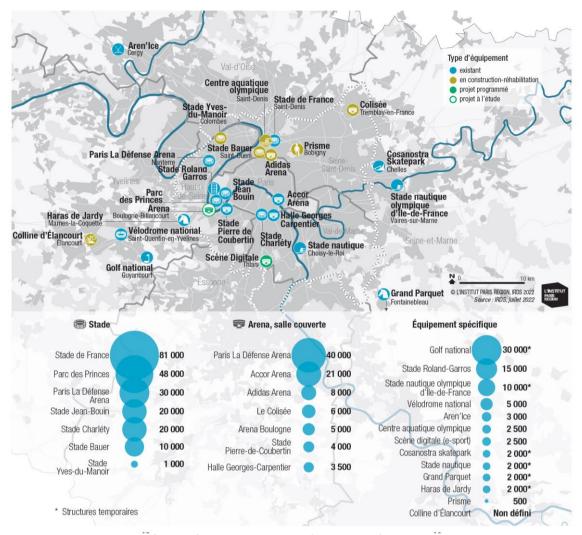
Ce fut d'ailleurs l'un des principaux arguments mis en avant dans le dossier de candidature de Paris pour les JOP de 2024: avoir très peu d'équipements à construire spécifiquement pour organiser les épreuves. Près de 95 % des infrastructures existaient déjà, ce qui inscrivait la candidature dans une démarche économiquement et écologiquement responsable.

Le centre aquatique olympique de Saint-Denis, près du Stade de France, sera l'un des rares équipements nouvellement construits ; au-delà des JOP, il permettra à la France de candidater à l'accueil des Championnats du monde et d'Europe de natation et bénéficiera de surcroît à la population, aux clubs des environs et à la fédération.

Parmi les quelques infrastructures manquantes en Île-de-France, on peut citer un circuit de formule 1 ou un grand stade dédié au rugby. À partir de 2010, la construction d'un grand stade (82 000 places) de la Fédération Française de Rugby - à l'image de ceux des fédérations anglaises et irlandaises – avait bien été envisagée; toutefois, ce projet qui aurait dû voir le jour à Ris-Orangis a été abandonné en 2016, pour des raisons financières.

Une offre complète enrichie pour Paris 2024

Principaux sites pour l'accueil des grandes manifestations sportives à Paris Île-de-France



Source : Les chiffres clés du sport, Institut Régional de Développement du Sport, Novembre 2022

La France est l'un des principaux pays organisateurs de GESI dans le monde avec les Etats-Unis, le Japon, l'Allemagne, l'Espagne et l'Italie². L'Île-de-France fait très souvent partie des territoires hôtes, que ce soit partiellement, par exemple avec la Coupe du monde de foot répartie entre plusieurs stades ou intégralement, avec par exemple la Ryder Cup sur un seul site, le Golf national. Paris apparaît ainsi en deuxième position derrière Tokyo dans le classement Global Sports Impact Cities³ développé par le cabinet spécialisé Sportcal. Cet indicateur prend en compte 83 sports et 730 événements dans 90 pays. Les compétitions organisées en France représentent par ailleurs un large spectre des sports (24 disciplines olympiques sur 35 ont fait l'objet d'un GESI depuis 2005) et le territoire continue de se doter d'équipements de premier ordre. La concurrence sur ces candidatures ne doit cependant pas être sous-estimée: celles de grands pays leaders (États-Unis, Chine), de pays émergents (Brésil) ou encore d'États aux moyens financiers importants (Émirats, Qatar...) renforcent une concurrence déjà virulente.

² Cf. Rapport « *L'attractivité de la France pour l'organisation de grands événements sportifs* », David Douillet, 2016.

³ https://ic.sportcal.com/GSI/GSICitiesIndex

B - Une attractivité touristique unique au monde

« Les organisateurs d'événements sportifs sont intéressés à la fois par le capital image, l'effet iconique de Paris, mais aussi la qualité des équipements présents au cœur de la ville qui font que les événements organisés à Paris attirent comparativement plus facilement les professionnels et les spectateurs qu'ailleurs ».

Nicolas Dupeux,Directeur Général de l'Accor Arena

marque «Paris» est reconnue dans le monde entier et déjà « porteuse » d'un imaginaire fort et positif. Elle est associée à nombreux lieux, monuments et musées qui lui donnent une force difficile à concurrencer. Selon le rapport du World Travel & Tourism Council 4. tête Paris est en classement des destinations urbaines les plus puissantes

du monde devant Pékin, avec un secteur du tourisme et du voyage d'une valeur estimée à près de 36 milliards de dollars, en termes de contribution directe au PIB de la ville.

Son offre patrimoniale et touristique est fortement attractive. Avec 50 millions de touristes (dont 22 millions d'étrangers) en 2019, la marque « Paris » est leader sur ce segment. Elle l'est également sur le tourisme **d'affaires**. Régulièrement 1ère ville de congrès au monde et foyer international pour les salons (plus de 450 chaque année). Paris a toujours été une ville de rencontre entre professionnels. Elle dispose de 700 000 m² de surfaces d'exposition sur son territoire répartis sur 20 sites de toutes tailles qui lui d'accueillir permettent tout d'événement et d'adapter son offre aux demandes d'organisateurs.

« L'organisation des JOP est pour Viparis l'occasion de démontrer que l'Île-de-France est prête pour accueillir les événements de très grande envergure, à savoir les jauges adaptées, les capacités techniques, les sous-traitants mobilisables, les moyens humains... ».

Pablo Nakhlé Cerruti, Directeur Général de Viparis⁵

C - Une accessibilité au territoire de premier ordre

La région dispose du 1^{er} hub international (aéroports, gares, connexions) du continent européen avec :

- 2 aéroports internationaux (Roissy Charles de Gaulle, 1er aéroport d'Europe continental et Orly),
- De nombreuses lignes à l'international dont des lowcosts via les aéroports de Paris-Beauvais et Paris Vatry, situés hors de l'Île-de-France,
- 1er aéroport d'affaires d'Europe (Le Bourget),
- 8 gares à Paris dont 5 proposant plus de 550 liaisons internationales TGV par jour, Paris Gare du Nord étant la 1^{ère} gare européenne.



⁴ Travel & tourism : City travel & tourism impact 2019, World Travel & Tourism Council, étude réalisée en partenariat avec Oxford Economics.

[.] 5 Entretien réalisé le 2 novembre 2022.

D - DES INFRASTRUCTURES DE TRANSPORT DENSES

La région francilienne dispose de l'un des **plus importants réseaux de transport urbain au monde** dont le maillage fin (train, RER, métro, tram, bus...) permet à 9,4 millions de personnes de se déplacer chaque jour. Ce réseau s'accompagne d'une offre de mobilité douce dont le développement actuel permet de rattraper le retard pris. À titre d'exemple, à l'échelle de l'Île-de-France, l'offre de pistes cyclables atteignait 5 835 km⁶ en 2019.



Dans la prochaine décennie, l'extension du réseau avec entre autres le projet du Grand Paris Express (GPE, plus grand chantier mondial de transport actuellement) augmentera le rayon d'action des déplacements puisque le réseau de métro sera doublé (avec 200 km de voies supplémentaires). Cet équipement majeur participera à la facilitation dans l'organisation des GESI, par exemple, cela permettra au Stade de France d'être desservi par 4 lignes de métro et 2 lignes de RER ou encore à Paris La Défense Arena d'être reliée à l'aéroport CDG en 37 minutes au lieu de 50, le parc des expositions de Paris Nord Villepinte bénéficiera de la desserte de la ligne 17 du GPE.

E - UNE OFFRE D'HÉBERGEMENT RICHE

Paris Île-de-France dispose de **la 1**ère **offre mondiale hôtelière avec 2 400 hôtels et 156 000 chambres dont 80 000 dans Paris intramuros, malgré un parc en partie vieillissant et vétuste.** À cela s'ajoutera, à l'horizon 2025, **la programmation de 200 000 m² de surfaces hôtelières** dans les quartiers de gare du Grand Paris Express dont plus de la moitié à Saint-Denis Pleyel (dont l'emblématique projet de la tour Pleyel, hôtel de 35 000 m² et 700 chambres), Pont de Rungis et Bry-Villiers-Champigny. A terme les 68 quartiers de gare du GPE devraient accueillir 660 000 m² de surface hôtelière supplémentaires par rapport à aujourd'hui. C'est autant un potentiel pour absorber l'ensemble des publics des GESI que l'occasion de moderniser le parc régulièrement, notamment sur le segment des gros porteurs hôteliers qui font actuellement défaut à l'échelle de la métropole.

Outre le parc hôtelier classique, il existe **une offre d'hébergement diversifiée**. Paris est le premier marché mondial pour les plateformes de locations de meublés entre particuliers avec environ 48 000 offres d'hébergements. Les plateformes type Airbnb sont très développées mais il existe aussi les 224 hébergements collectifs alternatifs (résidences de tourisme, village vacances, auberges de jeunesse...) principalement en grande couronne, voire les 84 campings franciliens qui permettent une souplesse lors des périodes de fortes fréquentations sur des séjours courts en lien avec les GESI.

Enfin, la région francilienne a **déjà expérimenté des dispositifs pour anticiper les besoins des compétitions sportives**. Lors de la Ryder Cup 2018, un partenariat a été signé à l'initiative de la CCI départementale des Yvelines pour que 40 hôtels bloquent des chambres (soient 13 000 nuitées au total) pendant de l'événement.

⁶ https://www.institutparisregion.fr/mobilite-et-transports/modes-actifs/territoires-cyclables/

F - UN VIVIER D'ENTREPRISES ET DE START-UP QUI GRAVITENT AUTOUR DU SPORT

L'Île-de-France est identifiée l'étranger territoire comme un d'excellence dans certains secteurs d'activité stratégiques (mode-luxedesign, aéronautique-spatial-défense. automobile. énergie. intelligence artificielle. quantique. santé). niveau de la filière sport. cet écosystème pourrait tirer un meilleur parti de l'organisation de GESI sur le



territoire. Si des entreprises leader existent, la filière en elle-même est encore insuffisamment structurée, ni même identifiée (études, recensement...), alors qu'elle représente près de 20 000 entreprises et plus de 38 000 emplois⁷. Le GIE France Sport Expertise a amorcé une démarche pour combler cette lacune, démarche qui nécessiterait d'être amplifiée.

II - DES FRAGILITÉS À GOMMER

Si Paris Île-de-France bénéficie d'atouts exceptionnels lui permettant d'être une destination leader dans le tourisme d'affaires comme d'agrément et une place premium dans l'accueil des grands événements (culturels, d'affaires / scientifiques, diplomatiques / politiques, sportifs...), il n'en demeure pas moins qu'elle souffre de certaines fragilités récurrentes (accueil, propreté...). L'enjeu pour la destination est donc certes de s'appuyer sur ces forces mais surtout de corriger ses faiblesses tout en anticipant les nouvelles attentes et exigences des clientèles internationales en matière de développement durable, d'inclusion des personnes en situation de handicap, d'offres de services et de produits digitalisés.

A - Une gouvernance parfois inadaptée

Comme l'a souligné à de multiples reprises la CCI Paris Île-de-France⁸, la multiplicité des organismes, exerçant à des échelles différentes les compétences liées tourisme, peut nuire à la cohérence de l'offre, à la valorisation du territoire et donc à son attractivité. En effet, une mutualisation et une rationalisation des moyens humains et financiers auraient pour conséquence de rendre les actions plus cohérentes, efficientes et lisibles. Le projet actuel de rapprochement entre Choose Paris Region et le CRT Île-de-France est ainsi à saluer et sera bénéfique si celui-ci est réalisé avec **pragmatisme**, à savoir en identifiant les convergences possibles des différentes actions des deux organismes sans perdre de vue la spécificité des cibles (touristes vs investisseurs). Ce modèle s'inspire des grandes agences existantes chez nos principaux concurrents : London Partners, Amsterdam&partners, Stockholm Business Region ou encore Milano&Partners.

⁷ Source INSEE et URSSAF, sur la base des codes Naf 1086Z, 3230Z, 4764Z, 7721Z, 8551Z, 9311Z, 9312Z, 9313Z et 9319Z.

⁸ « Tourisme et commerce en Île-de-France, comment réussir la reconquête des clientèles », CCI Paris Île-de-France, juin 2021.

https://www.cci-paris-idf.fr/fr/prospective/tourisme-commerce-IDF

[«] Les enjeux de la relance : contribution de la CCI au Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs », (SDRTL) 2022-2026, CCI Paris Île-de-France, octobre 2021. https://www.cci-paris-idf.fr/fr/prospective/tourisme-commerce-IDF

Au niveau de la gouvernance en matière de gestion des grands événements sportifs (et plus largement des grands événements) et s'agissant de la captation et la gestion des dossiers de candidature, les acteurs peuvent encore améliorer la réactivité, la qualité et la cohérence des dossiers de candidature et déployer une stratégie de place en termes de calendrier.

Enfin, concernant la gouvernance en matière d'accueil des visiteurs (participants ou spectateurs)⁹ il existe un risque de multiplication des interlocuteurs et process différents, dû aux besoins spécifiques des touristes de GESI: transport vers des lieux spécifiques hors des circuits classiques, flux se rendant en masse sur un laps de temps court à un même endroit, organisation du séjour et des journées spécifiques centrée sur les jours et horaires d'épreuves...

B - UN ACCUEIL ET UN ACCOMPAGNEMENT DES CLIENTÈLES À AMÉLIORER

La priorité de la destination est de développer une « culture de l'accueil des étrangers ». La barrière de la langue mais au-delà, la prise en compte des spécificités de ces publics reste un problème dans la formation des professionnels en contact avec eux tout comme peut l'être l'information disponible en langue étrangère dans les commerces (tailles en prêt-à-porter, menus,...). Ce problème, préexistant en période habituelle, est d'autant plus prégnant pour les GESI qui mobilisent beaucoup davantage de personnel chargé de l'accueil qu'en temps normal (contrats courts, bénévoles...) dont le temps de formation est plus réduit.

Dans cette continuité, les informations pratiques comme la valorisation de **l'offre** commerciale sur les applications dédiées aux événements sportifs reste faible. Des partenariats sont à déployer pour étendre les retombées économiques des GESI à un maximum d'entreprises présentes sur le territoire.

Paris souffre par ailleurs de **problèmes récurrents en matière de recrutement** dans les métiers de l'accueil. Ce problème devient d'autant plus aigu lors des GESI qui requièrent l'embauche en masse de

« Les événements sportifs devraient pouvoir embaucher des intermittents du spectacle comme pour les prestations de culture sur l'ensemble des métiers similaires comme les monteurs de gradins, ou les régies lumière/son par exemple ».

> **Frédéric Bedin,** Président de Hopscotch

personnel sur un temps court. Ces métiers sont parfois mal valorisés et nécessitent un minimum de formation pour la réussite de l'événement.

Par ailleurs, la destination dans son ensemble accuse un important retard par rapport à ses concurrentes quant à l'accueil des Personnes à Mobilités Réduites (PMR). Cet aspect est particulièrement sensible dans les réseaux de transport comme le métro, ancien et non adapté pour leurs déplacements : aide nécessaire à la descente des trains, places limitées dans les bus. Sur ce point des métropoles comme Barcelone ou Vancouver ont depuis plusieurs années rendu accessible l'ensemble de leur réseau de transport ainsi que les grands axes permettant de sillonner leur ville.

⁹ Cf. Mission d'information sur les retombées des Jeux olympiques et paralympiques de 2024 sur le tissu économique et associatif local – Point d'étape, Stéphane Peu et Stéphane Mazars, 15 février 2023.

Les déplacements routiers s'avèrent aussi compliqués dans la mesure où les environs des sites de compétitions des GESI disposent de plans de circulation complexes et restreints (fermeture d'axes, stationnement limité...). Ces contraintes se retrouvent dans l'ensemble de l'espace public (monuments historiques, parkings souterrains...).

Tous ces éléments imposent à Paris Île-de-France de rester vigilant sur l'e-réputation de la destination (commerces, hôtels, équipements sportifs...) car les GESI agissent comme de véritables catalyseurs en cas de mauvaises expériences. La réactivité et la gestion de crise ne peuvent être efficaces que si les acteurs anticipent de concert les réponses qu'ils peuvent apporter et les canaux d'information qu'elles doivent utiliser.

C - DES ENTREPRISES PEU IMPLIQUÉES DANS L'ACCUEIL DES GESI

La question de l'impact des grands événements sur les entreprises est souvent appréhendée sous l'angle positif des opportunités pour se faire connaître et gagner des contrats. Or, un aspect à ne pas négliger est celui des craintes que certains grands événements peuvent engendrer, craintes réelles ou « ressenties ». Par ailleurs, certaines prestations réalisées pour les organisateurs par des entreprises étrangères devraient être pensées pour trouver des réponses « made in France », contrairement à ce qui est arrivé sur la production des peluches de la mascotte des JOP, les Phryges, dont 80 % sont fabriqués en Chine.

La dynamique d'un GESI passe par **l'adhésion du tissu économique local qui est encore peu perceptible** sur les GESI franciliens passés et à venir.

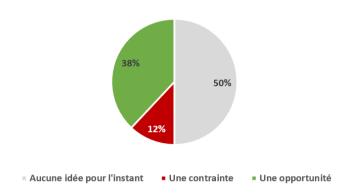
Sur le segment plus précis des commerces, l'enquête du CROCIS (CCIR) réalisée dans le cadre des soldes auprès de 300 commerçants a intégré des questions spécifiques sur les JOP de 2024. A 2 ans de la compétition, la moitié des commerçants franciliens ne se sentent pas particulièrement concernés par la tenue des Jeux. Et si pour 38 % d'entre eux, ce type d'événement peut être synonyme d'opportunités, 12 % l'appréhendent comme une contrainte.

LA PERCEPTION DES GESI PAR LES TPE / PME

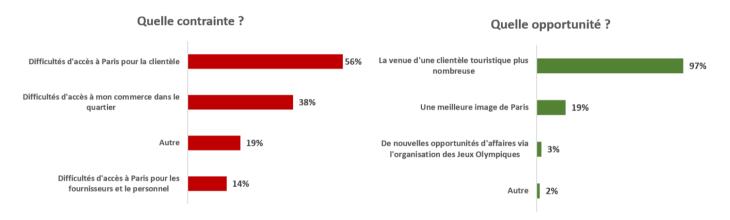
La diversité des tailles ou des modèles d'organisation des GESI, voire du statut adopté par les différents organisateurs, peut conduire à la perception par les TPE / PME d'un système complexe¹⁰. En matière d'achats, qu'ils relèvent de la commande publique ou de la stricte sphère privée, un nécessaire accompagnement à la détection et l'obtention de ces marchés est indispensable. Dans le cas des JOP de 2024 et de leur stratégie responsable des achats, les travaux conduits par les réseaux consulaires et autres structures d'appui à l'innovation sociale constituent un modèle performant dont les GESI pourront probablement s'inspirer.

¹⁰ « Comment rendre plus attractifs les marchés publics pour les PME ? Recommandations de la CCI Paris Île-de-France », Isabelle Lajeunie, CCI Paris Île-de-France, 5 octobre 2017.

La période des Jeux olympiques et paralympiques sera pour vous :



69 % des commerçants ne prévoient à l'heure actuelle aucune mesure spécifique, ce qui traduit pour le moment un manque d'intérêt à la question.



Méthodologie de l'enquête : cette enquête a été réalisée par téléphone auprès de 300 commerçants parisiens selon une répartition par secteur d'activité et arrondissement. Les interviews ont été réalisées entre le 4 et le 8 juillet 2022 par la société Qualitest. Le traitement et l'analyse ont été effectués par le CROCIS de la CCI Paris Îlede-France. Les activités sélectionnées : textile, habillement, chaussures, articles de sport, maroquinerie-bagages.

Si les commerçants doivent devenir des ambassadeurs de la destination Paris Île-de-France et afin que les JOP constituent pour eux de véritables opportunités d'affaires, leur accompagnement est nécessaire pour anticiper:

- L'effet d'éviction dans les commerces aux alentours des sites et des « fan zones ».

 Plusieurs facteurs entrent en jeu : aménagement exceptionnel gênant l'exploitation commerciale, fermeture des commerces par peur d'éventuels problèmes sécuritaires ou crainte de difficultés d'exploitation face à une clientèle inhabituelle (problème de langues, surfaces de ventes inadaptées par rapport à l'afflux de clientèle...).
- L'effet d'éviction des clientèles touristiques traditionnelles observé à chaque GESI L'expérience a montré qu'une partie de la clientèle traditionnelle reporte son séjour sur la destination de peur de subir la forte affluence ou certains désagréments liés aux GESI. Londres a perdu par exemple 5 % de fréquentation globale sur le mois des JO de 2012 alors même que l'événement a engendré 590 000 visiteurs spécifiques. Le même effet a en outre conduit la ville à se vider de ses habitants durant l'été.

D - UN ACCÈS AUX COMMERCES ET AU CENTRE-VILLE PENDANT LE DÉROULÉ DES ÉPREUVES À SÉCURISER ET À FACILITER

Pour les commerces aussi, il existe des risques d'éviction. Il faut dès lors s'assurer que les « fan zones » ou les dispositifs de sécurité aux abords des sites de compétitions ne pénaliseront pas l'accès aux commerces situés à proximité.

« Les commerçants sont globalement inquiets face à des GESI comme les JOP de Paris 2024 : quelle sera l'accessibilité à Rungis ? Quelles seront les retombées réelles dans les commerces ? Nombre d'entre eux ont déjà pris la responsabilité de ne pas ouvrir durant les Jeux ».

Thierry Veron, Président de la FACAP (Fédération des Associations de Commerçants et Artisans de Paris) Pour la sécurité des commerces : des outils existent déià préventifs comme CESPPLUSSUR¹¹ (Commercants, Entreprises, Professionnels. Sociétés. Professions Libérales, Usagers en SUReté). Dédié aux commercants et aux professionnels de Paris et de petite couronne, ce dispositif est un service de la Préfecture de Police qui prodigue des conseils de sécurité et de prévention situationnelle développé en lien avec la CCI Paris Île-de-France et la CMA Îlede-France¹².

E - Une exemplarité à démontrer en termes de sécurité, de propreté et d'écoresponsabilité

Il est aujourd'hui fondamental pour toute destination qui ambitionne d'être attractive sur le plan économique et touristique d'être exemplaire dans les domaines de la propreté, de la sécurité et du respect de l'environnement.

La guestion de la sécurité

Sur cette thématique, plusieurs dimensions sont à prendre en compte¹³:

- La sécurité physique des visiteurs accueillis sur le territoire : sécurité liée aux risques d'attentats, sécurité quotidienne aux abords des sites et dans les transports en commun, sécurité sanitaire... La pénurie de main d'œuvre sur les métiers de sécurité-sûreté des personnes est déjà élevée actuellement, on estime qu'il manque environ 20 000 personnes.

¹¹ https://www.prefecturedepolice.interieur.gouv.fr/prevention/vous-etes/le-dispositif-espplussur/sinscrire-cespplussur

¹² On signalera également l'importance du dispositif FR Alerte. Opérationnel depuis le 21 juin 2022, ce nouveau dispositif d'alerte et d'information des populations est déployé sur tout le territoire. Il permet d'envoyer des notifications sur le téléphone mobile des personnes présentes dans une zone confrontée à un grave danger (catastrophe naturelle, accident biologique, chimique ou industriel, acte terroriste...) afin de les informer sur la nature du risque, sa localisation et sur les comportements à adopter pour se protéger. La directive européenne du 11 décembre 2018 impose aux 27 États membres l'obligation de se doter d'un système d'alerte des populations, via la téléphonie mobile.

¹³ Voir le baromètre trimestriel « Sécurité des Français Fiducial » : publication d'octobre 2022 a fait un focus spécifique sur la sécurité des GESI.

La sécurité des sites et lieux de rassemblement qui constitue une spécificité des GESI aussi bien en amont des épreuves (gestion des flux d'arrivée et zones d'attente aux sites) qu'à l'intérieur des enceintes sportives mais aussi sur certaines zones de regroupements attendues (fan zones officielles, lieux de rassemblement lors de grandes victoires comme les Champs-Elysées). Sur la problématique des IOP, les Français craignent en particulier les conditions de sécurité de la cérémonie d'ouverture

« Il faut veiller à ce que le facteur positif en termes d'images d'un GESI ne se retourne contre l'Îlede-France (et par extension la France) à cause de dérapages extra-sportifs, à l'image de la gestion de la finale de Ligue des Champions en 2022. »

Pierre Grard. Président de l'IEESSE¹⁴

puisque 45 % sont favorables à un changement de format.



- La cybersécurité, risque de plus en plus présent, est une priorité stratégique: 70 000 cyberattaques ont été recensées pendant la durée des JOP à Tokyo. Ce risque concerne autant les compétitions elles-mêmes (arrêt de chronomètre, panne informatique, ransomware...) que les entreprises (perte de fichiers/sauvegarde clients, blocage des logiciels d'exploitation...) à un moment crucial de leur activité¹⁴.

<u>La propreté</u>

Paris souffre ici de façon persistante d'une image négative. Être le centre du monde pendant de grands événements doit pousser à l'améliorer mais également assurer sa notoriété tout spécifiquement sur les réseaux sociaux. Qu'il s'agisse de l'arrivée aux aéroports, en gares ou dans les transports en commun, la première image de la destination reste primordiale et doit être le tremplin d'un parcours touristique/client réussi. Certaines cultures y sont plus sensibles que la moyenne et de l'avis



unanime des professionnels, cette question fait partie des **sujets prioritaires**. À Paris, les moyens déployés par la Ville sont en hausse depuis 2019, le **budget de la propreté** s'établissait à près de **600 millions d'euros** en 2022, la Maire de Paris s'est par ailleurs engagée à faire passer à 1 milliard d'euros le budget dédié à l'entretien et à la rénovation des rues de la capitale d'ici la fin de son mandat¹⁶. Il s'agit d'un des budgets propreté les plus élevés d'Europe. En Espagne, il s'élève à 88 euros annuels par habitant contre

¹⁴ La CCI de Paris a ainsi organisé le 19 octobre 2022 en partenariat avec la mission Cyber de la Préfecture de Police de Paris et son réseau référent « cybermenaces » une rencontre à destination des entrepreneurs et commerçants pour échanger sur les enjeux et les bonnes pratiques à adopter face aux cybermenaces.

¹⁵ Institut Européen en Sûreté / Sécurité pour les Entreprises

¹⁶ On compte **6 900 agents au service de la propreté**, dont 700 conducteurs et 5 000 éboueurs. Parmi les éboueurs, 2 340 ont la charge de la collecte et du nettoiement, 2 660 s'occupent uniquement des activités de nettoiement. Ils sont répartis dans plus de 100 ateliers dans tous les arrondissements parisiens. Des centaines de postes d'éboueurs ont été créés pour répondre aux besoins, notamment sur l'espace public et le tri, https://www.paris.fr/pages/la-proprete-23

255 euros à Paris¹⁷. Mais l'organisation ou la réorganisation des services de nettoyage reste le point noir à la suite des mouvements sociaux et au fort taux d'absentéisme constaté.

La Ville de Paris est équipée de plusieurs outils pour garantir le maintien de la propreté des rues parisiennes : corbeilles « Bagatelle » ou anti-rats, gestion des encombrants, nettoyage des voies publiques ou spécifiques, du périphérique, signalement des dépôts sauvages avec l'application DansMaRue, etc.

En novembre 2021, le Conseil de Paris a adopté un « **pacte de proximité** » qui attribue aux maires d'arrondissement davantage de responsabilités en matière de propreté. Ces derniers peuvent ainsi piloter le nettoyage des rues dans leur secteur. Parmi les moyens qui sont désormais à leur disposition: la mise en place de référents propreté dont la mission consiste à arpenter les rues du quartier auquel ils sont rattachés pour traquer déchets, dépôts sauvages ou encore poubelles qui débordent.

L'éco-responsabilité



Il est impératif qu'en matière de gestion des déchets générés par des événements éphémères de grande ampleur, Paris Île-de-France soit exemplaire et s'inscrive dans des démarches éco-responsables de plus en plus exigées par les clientèles internationales. De telles démarches pour l'organisation de GESI ne sont pas encore systématiques. Il est nécessaire de les intégrer au maximum dans les candidatures, d'autant que les manifestations sportives sont des vecteurs très forts de valeurs positives auprès de la population (spectateurs et téléspectateurs). Si Paris a été retenue pour organiser les JOP de 2024, c'est en partie car sa

candidature reposait sur le fait que 95 % des infrastructures nécessaires à la tenue des épreuves étaient déjà existantes et qu'elle s'inscrivait dans une démarche écoresponsable. Paris 2024 a par ailleurs mis en place des indicateurs d'impact dans sa stratégie Héritage et Durabilité.

La gestion de(s) crise(s) (sécuritaire, sanitaire, sociale, environnementale...) constitue désormais un impératif pour toute organisation de grand événement (sportif ou non). La dernière décennie a été marquée par des crises majeures à répétition: attentats, gilets jaunes, Covid 19... Ces aléas nécessitent d'anticiper et de prévoir, via des dispositifs adaptés, un ou des événements contrariant l'organisation de l'événement, comme ce fut le cas pour les JO de Tokyo (reporté d'un an et sans spectateurs) et de Pékin ou de manière ponctuelle comme lors de la finale de Champions League de 2022 à Paris.

F - UNE ADHÉSION DES POPULATIONS À RENFORCER

Une partie des populations manifeste son opposition aux GESI face aux diverses contraintes qu'ils apportent (circulations modifiées, flux importants sur un temps très court, faible quota de places disponibles à la vente / tarifs élevés...). L'inclusion des populations locales est essentielle pour faire exister l'événement au-delà des enceintes sportives, notamment par la dimension festive des GESI.

¹⁷ https://www.francetvinfo.fr/sante/pourguoi-paris-est-elle-toujours-si-sale 4765243.html



I - L'ORGANISATION DE GESI : UN SAVOIR-FAIRE FRANCILIEN...?

On rappellera que Paris se positionne depuis plus de 25 ans comme une destination majeure pour les GESI dans le monde, aussi bien sur les événements tournants que récurrents.

Calendrier des événements récurrents **Evénements exceptionnels** 1998 : Coupe du monde de football masculin Janvier: Grand Prix d'Amérique Legends Race 2003 : Championnat du monde d'athlétisme Février - mars: Tournoi des 6 nations de Rugby 2007: Coupe du monde de rugby 2007 Avril: Marathon de Paris 2015 : Championnat du monde de vélo sur piste Mai - iuin: Roland Garros 2016: Euro de football Mai: Grand Steeple-Chase de Paris 2018: Ryder Cup Juin: Prix du Jockey-Club et de Diane (Chantilly) 2018 : Paris 2018 Gay Games Iuillet: Arrivée du Tour de France 2019 : Coupe du monde féminine de football Octobre: Prix de l'Arc de Triomphe 2020 : Championnat du monde de handball **Novembre**: le Rolex paris Master 1000 (plus 2020 / 2023: NBA Paris Game grand tournoi de tennis indoor au monde) 2023: Coupe du monde de rugby 2024 : Jeux Olympiques et Paralympiques

Cependant, le maintien des épreuves récurrentes et l'obtention de GESI tournants est de plus en plus difficile dans un contexte de concurrence internationale accrue. Les tentatives de captation de Roland Garros par les Espagnols ou encore la concurrence pour devenir ville hôte des différents mondiaux, JOP ou Ryder Cup, démontrent plus que jamais l'appétit de toutes les villes monde pour se positionner sur ce créneau sportif.

II - ...DANS UN CONTEXTE DE VIVE CONCURRENCE INTERNATIONALE¹⁸

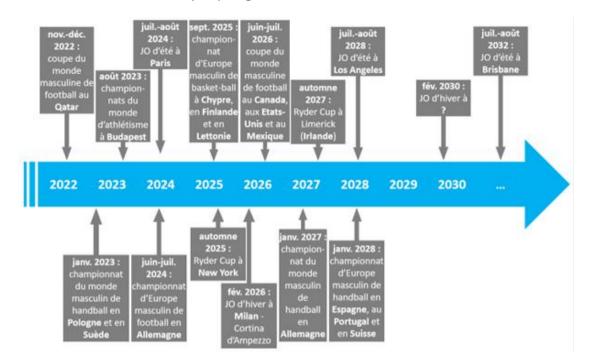
Le « club » des grandes métropoles sportives européennes et mondiales est historiquement restreint mais il tend à s'accroître, certaines destinations se « spécialisant » sur quelques sports (cf. tableau ci-dessous).

Concernant les Jeux olympiques, seule 23 villes ont accueilli les 32 olympiades d'été qui se sont déroulées jusqu'à maintenant. Athènes (1896 et 2004), Londres (1908, 1948 et 2012), Los Angeles (1932, 1984 et 2028), Paris (1900, 1924 et 2024) et Tokyo (1964 et 2021) sont les seules à avoir été plus d'une fois ville hôte. Pékin peut quant à elle se prévaloir d'être la première ville à avoir accueilli les JO d'été (2008) et les JO d'hiver (2022); à l'inverse, New York, malgré sa candidature pour l'olympiade de 2012, n'a jamais organisé les Jeux olympiques. En Europe, parmi les grandes capitales, Madrid non plus n'a jamais accueilli les Jeux malgré trois candidatures consécutives pour les olympiades d'été 2012, 2016 et 2020.

¹⁸ Les principaux éléments de ce chapitre consacré à la concurrence internationale en matière de captation de GESI sont issus de la publication : *Paris Île-de-France*, *capitale mondiale du sport avant, pendant et après les Jeux olympiques de 2024 –* CCI Paris Île-de-France / CROCIS / CRT Île-de-France, 2022.

Des Etats-Unis au Japon en passant par l'Europe, le Qatar et l'Australie, les grands événements sportifs font le tour du monde

Dates et lieux de quelques grands événements dans les années à venir



Les grandes villes pouvant se positionner sur une multitude de grands événements sportifs comme Paris ne sont pas si nombreuses. En Europe, **Londres** en fait partie : après les Jeux olympiques d'été de 2012, la capitale britannique a été une des villes hôtes de la Coupe du monde de rugby à XV en 2015, de la Coupe du monde de cricket 2019 ou encore du Championnat d'Europe de football masculin 2020 et a accueilli les Championnats d'Europe de natation 2016 et les Championnats du monde d'athlétisme en 2017. Pour sa part, Barcelone a reçu les Championnats du monde de natation 2013 et a fait partie des hôtes du Championnat du monde masculin de handball 2013 et de la Coupe du monde masculine de basket-ball 2014; elle a été aussi une des villes hôtes du Championnat d'Europe masculin de handball 2028. En Italie, alors que Milan s'avère être la capitale économique. Rome reste la ville du tourisme mais aussi du sport. Elle a organisé les JO d'été de 1960 et a plus récemment fait partie des villes hôtes du Championnat d'Europe de football masculin 2020 et a accueilli les Championnats d'Europe de natation en août 2022 après avoir recu les Championnats du monde en 2009. L'Allemagne, grâce à Berlin et ses multiples « capitales régionales », se positionne également depuis récemment sur les calendriers de très nombreuses fédérations sportives internationales : elle a organisé la Coupe du monde de football 2006 (à Berlin, Cologne, Munich, etc.) avec le Danemark, le Championnat du monde masculin de handball 2019 (à Berlin, Cologne, Hambourg et Munich) après avoir déjà accueilli l'épreuve en 2007; elle recevra les Championnats d'Europe masculins de football et de handball 2024.

Hors d'Europe, la concurrence est moins directe. A l'image de la règle de l'alternance des continents pour l'organisation des Jeux Olympiques, les GESI respectent souvent le principe du changement d'aire géographique entre deux éditions. Cela exacerbe la concurrence entre villes européennes (comme lors de la candidature de Paris et Londres pour les JOP de 2012).

Aux Etats-Unis, **Los Angeles** a déjà organisé deux fois les Jeux et les organisera une troisième fois en 2028, un arrangement ayant été trouvé avec Paris pour l'organisation de ceux de 2024. Au **Japon**, **Tokyo** est une destination phare pour les GESI, des jeux olympiques aux championnats du monde majeurs (athlétisme, rugby...). Les villes australiennes **Sidney et Melbourne** ont une vraie culture nationale du sport et sont donc très présentes sur la scène des GESI.



En Chine, **Pékin** et **Shanghai**, sont aussi très dynamiques depuis le début des années 2000, confirmant la dimension « soft power » des GESI, la Chine comme la Russie se servant de ces événements très médiatisés pour intégrer le « club » des grandes puissances tout en voulant « dédiaboliser » le côté « autoritaire » de leur système politique. Les Pays du Golfe persique se positionnent de plus en plus sur les GESI en les voyant également comme un outil de « soft power ». Cependant, ces pays risquent de se trouver limités tant les polémiques sont nombreuses sur des sujets de plus en plus importants (climat, conditions de travail, ouverture sur la diversité...). La géopolitique reste plus que jamais prégnante, les villes russes (**Moscou** et **Saint-Pétersbourg** en tête) étant désormais écartées des compétitions mondiales en raison du conflit avec l'Ukraine.

III - QUELLES PISTES POUR L'APRÈS JOP DANS LE CONCERT DES MÉTROPOLES MONDIALES ?

La liste les grands événements sportifs mondiaux rassemblant plus d'un milliard de téléspectateurs est relativement réduite : les Jeux olympiques d'été et d'hiver, la Coupe du monde et le Championnat d'Europe de football, le Tour de France, la Coupe du monde de cricket, la Coupe du monde de rugby, les grands prix du Championnat du monde de Formule 1, les tournois du Grand Chelem de tennis ou encore la Ryder Cup. Parmi ceux-là, Paris et l'Île-de-France n'ont jamais accueilli la Coupe du monde de cricket, ni de grand prix du Championnat du monde de Formule 1. Sur ce dernier sport, la Fédération Française du Sport Automobile a eu l'ambition d'organiser la course en Île-de-France ; des projets ont été envisagés à Versailles, à Eurodisney, à Flins-sur-Seine et à Sarcelles mais c'est le circuit Paul-Ricard, dans le Var, qui a finalement été retenu pour organiser la course à partir de 2018. De nouvelles ambitions pourraient naître à la suite de la suppression du Grand Prix de France pour 2023.

Plus concrètement, la France accueillera plusieurs événements majeurs en 2025. Tout d'abord, Paris accueillera la Coupe du monde masculine de badminton dans la nouvelle Arena Porte de la Chapelle. La même année, la Coupe du monde de Rugby à XIII rassemblera simultanément quatre tournois (hommes, femmes, jeunes et joueurs en fauteuil). La compétition sera répartie dans une quarantaine de villes, dont Paris. 100 000 spectateurs du monde entier sont attendus. La France a également candidaté pour l'accueil de l'Euro de football féminin 2025.

Au-delà des championnats « classiques » que l'Île-de-France peut déjà accueillir, elle disposera d'équipements neufs. L'aménagement de la colline d'Elancourt pour les Jeux olympiques de 2024 peut aussi laisser envisager des compétitions de VTT. L'inauguration de la piscine olympique de Saint-Denis peut également être l'opportunité de candidater aux championnats du monde de natation. Créés en 1973, ces derniers n'ont jamais eu lieu en France alors que la seule ville de Budapest a accueilli l'épreuve en 2017 et en 2022 et le fera de nouveau en 2027 (la capitale hongroise a aussi organisé les Championnats d'Europe 2006, 2010 et 2020). Paris – Saint Denis pourrait également candidater pour organiser les Championnats d'Europe, Strasbourg ayant été en 1987 la dernière ville française à les organiser, la dernière édition à Paris ayant eu lieu en 1931.

Les Masters de tennis dont l'organisation a été attribuée à Turin de 2021 à 2025 après douze éditions à Londres constituent également une option envisageable, Paris ayant les infrastructures pour organiser un tel événement.



I - L'EXEMPLE DES JEUX OLYMPIQUES ET PARALYMPIQUES

L'héritage olympique comporte généralement cinq dimensions : sportive, sociale, environnementale, urbaine et économique – et peut être tangible ou non. Les exemples de mauvaise gestion dans l'utilisation et l'exploitation d'infrastructures à la suite de la tenue de JO se sont multipliés. Il est coutume d'appeler « éléphants blancs » ces équipements démesurés, non entretenus et non utilisés sur le long terme. Cloisonnement entre les épreuves sportives et les populations locales, budgets démesurés consacrés à la construction d'infrastructures au regard des moyens disponibles ou encore non prise en compte des logiques environnementales dans l'organisation sont autant d'exemples constatés à Montréal en 1976, Athènes en 2004 ou à Rio en 2016. Ces écueils ont amené le CIO à tenir compte de l'impact durable de l'événement et de son organisation dans l'étude des dossiers de candidatures.

Désormais, ces nouvelles attentes sont une opportunité pour repositionner des villes dans la compétition internationale en les rendant attractives, dynamiques et touristiques.

II - DEUX EXEMPLES D'HÉRITAGES RÉUSSIS : BARCELONE 1992 ET LONDRES 2012

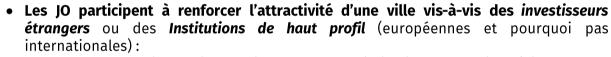
Les héritages des JO de Barcelone et de Londres ont permis à ses villes de se repositionner dans la compétition touristique

Londres et Barcelone ont fondé leur candidature sur des projets ambitieux de renouveau urbain.

- Les JOP, des catalyseurs d'investissements de grande ampleur. Il s'agit d'opportunité pour la ville organisatrice de lancer ou d'accélérer le calendrier de grands projets urbains ou d'infrastructures :
 - Barcelone: remodelage urbain instrumentalisation de l'événement par ses décideurs qui en ont profité pour repenser durablement la structure urbaine pour une amélioration de la qualité des transports en termes d'accessibilité, des logements et de l'environnement;
 - <u>Londres</u> : requalification des quartiers est (Stratford) et nord, amélioration de l'accessibilité sur la métropole.
- Les exemples de Londres et Barcelone, des projets menés avec une volonté de valoriser des territoires délaissés présentant un potentiel de développement sur le long terme. Le renouveau de ces sites est passé par la création d'éléments valorisants et ambitieux (logements de qualité, développement d'équipements commerciaux d'envergure, d'espaces publics, de parcs, etc.) qui ont su apporter une nouvelle mixité « par le haut » à des quartiers souvent marqués par un passé industriel, un taux de chômage élevé et une population dans des conditions précaires en matière d'emploi et de logement.
 - Barcelone: Poble Nou était une ancienne friche industrielle;
 - Londres : l'est de Londres était un guartier délaissé.

- Des JO, des événements devant proposer un plan (de reconversion) de long terme : l'héritage s'anticipe et se programme suffisamment tôt pour que les JO puissent s'insérer dans un projet territorial global.
 - <u>Barcelone</u>: bénéfices des JO de 1992 à Barcelone qui continuent encore aujourd'hui de profiter à la capitale Catalane;
 - <u>Londres</u> : évolution du site olympique de Stratford programmé sur les 30 prochaines années.
- Des événements qui impactent tous les grands secteurs d'activités : transports, logement, emploi, pratiques sportives, culture/éducation, inclusion sociale.
- Une dimension médiatique de premier ordre: les JOP peuvent « médiatiquement » influencer l'image d'un quartier ou d'une ville:
 - <u>Barcelone</u> modèle barcelonais reliant la dimension touristique et commerciale ensemble :
 - ✓ réconciliation avec la mer
 - ✓ restriction du trafic automobile
 - ✓ rapprochements des quartiers résidentiels et des lieux d'activité et de service.





- <u>Barcelone</u>: architectes internationaux pour la réalisation de certains bâtiments, tels que Arata Isozaki pour le Palau Sant Jordi, Richard Meier pour le Musée d'Art Contemporain de Barcelona (MACBA), Norman Fosterpour la Torre de Collserola;
- Les JO doivent être un modèle de durabilité :
 - Barcelone: impact important sur la place du Sport¹⁹;
 - en 2012 Londres avait fondé son projet sur ce concept.

À la lumière de ces deux exemples, un des grands enjeux des JOP de 2024 est de garantir un héritage en phase avec les promesses d'une candidature ambitieuse. Paris sera au centre de l'attention pendant deux mois (cf. tableau ci-dessous). Au-delà, la réussite de l'événement doit s'inscrire dans le temps et sur l'ensemble du territoire pour garantir le soutien des futures candidatures auprès de la population et des entreprises. Cette préservation de l'héritage a été très tôt au cœur des préoccupations de la CCI Paris Île-de-France. Dans un rapport du 25 janvier 2018²⁰, elle préconisait cette « reconversion » des sites olympiques en « équipements et quartiers pérennes ». Ses propositions ont été entendues puisque par exemple le village olympique en Seine-Saint-Denis abritera un écoquartier, des logements, des activités, des écoles...

¹⁹ https://www.olympic.org/fr/news/l-heritage-des-jo-de-barcelone-salue-alors-que-la-ville-accueille-25-ans-apres-la-manifestation-la-commission-de-la-solidarite-olympique-du-cio

²⁰ « Projet de loi relatif à l'organisation des Jeux olympiques et Paralympiques 2024 – Simplifications administratives », CCI Paris Île-de-France, 25 janvier 2018.

32

Jeux Paralympiques

LA CCI PARIS ÎLE-DE-FRANCE PLEINEMENT IMPLIQUÉE POUR LES JOP 2024

Afin de maximiser l'impact des JOP avant, pendant et après l'événement, elle préconise des actions regroupées autour de quatre objectifs principaux :

- Faciliter les retombées économiques,
- Contribuer à l'attractivité de la région Paris Île-de-France,
- Animer et vitaliser les territoires,
- Contribuer à la promesse d'exemplarité de Paris 2024.

Paris au centre de l'attention médiatique

Les JOP de 2024 en chiffres (Source : Paris 2024)

Jeux Olympiques

	PARIS 2024	PARIS 2024	
Durée et dates de compétition	17 jours 26 juillet - 11 août 2024	13 jours 28 août - 8 septembre 2024	
Nb de billets	10 millions de billets	3,4 millions de billets	
Spectateurs étrangers attendus	1,2 million de spectateurs étrangers	NC	
Nombre de sites de compétitions	40	19	
Nb de participants	10 500 athlètes de 206 pays	4 400 athlètes de 184 pays	
Nb de journalistes	6 000 journalistes accrédités	3 000 journalistes accrédités	
Nb d'épreuves	329 épreuves pour 32 sports	549 épreuves pour 22 sports	
Nb de volontaires	31 500	13 500	
Nb de téléspectateurs	+ de 4 milliards estimés		
Nb heures de diffusion	100 000 estimées		
Nb de journalistes accrédités	20 000		
Budget	7,65 milliards €		
Retombées économiques	10,7 milliards € estimées		



AXE 1: PROMOUVOIR ET VALORISER

Mobiliser les acteurs publics et privés pour préparer le territoire à l'accueil récurrent de GESI

Afin de positionner durablement et favorablement Paris dans la compétition internationale que se livrent les métropoles mondiales pour accueillir des GESI, il est important de développer une ambitieuse politique de place s'appuyant sur les forces de la destination tout en gommant ses fragilités.

Jusqu'à présent, Paris Île-de-France n'a jamais réussi à **imprimer une stratégie de marketing territorial** (au-delà de la marque « Paris ») puissante à l'international, que ce soit dans le domaine du **sport**, du **tourisme** ou de l'**attractivité économique**. Cette fragilité traduit l'absence de cohésion entre les différents acteurs qui ne définissent **pas de stratégie coordonnée** pour le développement de la destination (politique de place). Il n'existe pas par ailleurs de dispositifs, procédures, systématisations clairement formalisées lors des actes de candidatures pour organiser des GESI. Les candidatures dépendent essentiellement en amont des fédérations de chacun des sports. Cette absence de structuration ne favorise pas des actions concertées pour maintenir la destination à son meilleur niveau.

Enfin, le territoire doit nécessairement anticiper tous les éléments nécessaires à la tenue de GESI. Pour les JOP de 2024 par exemple, certaines fragilités nécessitent une attention particulière²¹.

LEVIER 1 Positionner Paris comme la capitale mondiale du sport et des GESI

Développer une marque territoriale francilienne du type « Paris, capitale du sport » en s'appuyant sur les grands événements permanents et récurrents se déroulant à Paris (Roland Garros, Tour de France, Meeting d'athlétisme, Tournoi des six nations, matchs de Champions League, Marathon de Paris...). Cette marque (emblématique à l'international) devra fédérer les acteurs au-delà de la filière sport en intégrant les pouvoirs publics, les collectivités territoriales, les entreprises et les fédérations professionnelles, les CCI et les CMA, les opérateurs de transports et les professionnels du tourisme, à l'image de ce qui a pu être fait à Lyon via le dispositif et la marque territoriale « Only Lyon ».

²¹ « JOP 2024, la Cour des comptes alerte sur l'équilibre budgétaire de l'organisation des jeux », *Le Monde*, édition du 9 janvier 2023. Le récent rapport de la Cour des comptes insiste sur plusieurs aspects : le retard des signatures de conventions pour l'organisation des épreuves (11 sur 80 en date de novembre 2022), le risque de pénurie d'agents de sécurité privé (20 000 postes supplémentaires étant nécessaires pour le déroulement des JOP) ou encore la nécessité de publier rapidement le plan de transport des JOP dont l'impact et les potentielles nuisances concernent des millions de franciliens.

[«] Paris 2024, la Cour des comptes s'inquiète de certains retards », Les Échos, édition du 9 janvier 2023.

Créer un comité de candidature en charge de la captation des grands événements à fort potentiel (à l'image de Sport Event Denmark ²²). Il s'agirait dans un premier temps de détecter et cibler les sports émergents à capter²³. Dans un second temps, ce comité aurait pour mission d'identifier et recenser collectivement les grands événements sur lesquels miser (captation, organisation, renforcement) à échéances diverses (5 - 10 - 15 ans) puis d'élaborer un



calendrier cohérent au niveau régional (sans télescopage). Cette instance plurielle et souple doit avant tout être un lieu de concertation et de coordination des professionnels, des collectivités et autres organismes publics et privés compétents en matière de sport et de développement économique et ce, en lien étroit avec l'Etat. Elle aura comme finalité d'établir un process de réponse aux appels à candidature : offre d'infrastructures, capacité d'accueil hôtelière, réseaux de transports, disponibilité de la main d'œuvre...



- Capter des GESI de circuits étrangers pour promouvoir la destination auprès de **nouveaux publics.** Des événements qui ne sont pas traditionnellement dans la française européenne culture ou disposent d'un potentiel à forte résonance médiatique et touristique auprès de clientèles lointaines. Paris a déjà réussi à capter une étape européenne pour la NBA en janvier 2023 et son partenariat championnat WWE (catch) en avril 2023. Pourquoi ne pas candidater

accueillir les X-games, des GESI de sports urbains comme le break dance, le skateboard ou même organiser un combat de sumo du circuit japonais ou un match de criquet du championnat indien en Île-de-France?

Développer une « business diplomatie » dans le domaine des grands événements sportifs (voire plus largement des grands événements en général). Cela passe par un renforcement des liens de la filière d'organisation des grands événements avec les ambassades et les missions économiques à l'étranger pour valoriser le territoire et le savoir-faire de cette filière d'excellence française et francilienne. Des dispositifs et démarches visant à favoriser la présence de personnalités françaises aux postes clés des comités internationaux, fédérations sportives internationales et organismes décisionnaires devront favoriser cette valorisation.

²² Sport Event Danemark est une agence nationale créée en 2008. Son objectif principal est d'aider le développement et la promotion du sport en attirant des congrès internationaux et des événements sportifs majeurs. Elle fonctionne en lien étroit avec les villes hôtes et les fédérations nationales.

²³ Capitaliser sur la popularité de nouveaux sports est un enjeu nouveau. Sur cette base, d'autres disciplines développées en France, pourraient être soutenues pour devenir des sports en capacité d'accueillir des GESI. Par exemple, le padel tennis ou encore le basket 3x3. Ce dernier dispose d'une fédération depuis seulement 2011 et est désormais discipline olympique. Paris s'est déjà positionné en organisant la coupe du monde puis le championnat d'Europe dans les jardins du Trocadéro, face à la Tour Eiffel.

LEVIER 2 Coordonner et rationaliser les actions visant à faciliter la captation et l'accueil des GESI

- Développer une approche « parcours client » par la création d'une base de données mutualisée entre les différents acteurs des GESI (organisateurs, sponsors...) et de la filière événementielle : gestion de flux, profil des clientèles, panier moyen, durée de séjour... Cette base pourrait être portée par le CRT Île-de-France, l'OTCP et la CCI Paris Île-de-France dans sa compétence data. Cela s'inscrirait dans la démarche défendue par le Welcome City Lab et l'Institut Paris Region en 2022²⁴ qui présente un parcours client simplifié adapté à l'accueil de touristes nationaux et internationaux lors d'un grand événement sportif.
- Inclure les entreprises franciliennes dans les comités d'organisation des GESI via les réseaux consulaires. Cela permettrait de créer un lien permanent avec les entreprises pour améliorer la prise en compte de leurs besoins, anticiper des difficultés sur certains marchés et impliquer l'ensemble du tissu économique.
- Généraliser les concertations en amont pour mieux intégrer les contraintes logistiques de l'ensemble de l'économie. Les GESI bousculent la logistique à l'échelle d'un quartier, d'une ville, voire de la région, pendant plusieurs semaines ou plusieurs mois : mise en place de corridors spécifiques, apparition de nouveaux points de congestion, approvisionnement et livraison différés, activité de commerces et entreprises dégradée, etc. Pour



mieux anticiper les aménagements, l'ensemble des entreprises doivent être informées : l'Union des entreprises de transport et logistique de France (TFL) a publié un livre blanc à l'occasion des JOP de 2024 avec 53 propositions²⁵ pour préparer les entreprises et limiter l'impact de l'événement sur leur activité.

Élaborer une charte dédiée à l'accueil des GESI signée par les principaux hôteliers et les fédérations concernées. A l'image de celle des grands congrès²⁶, elle permettrait de bloquer systématiquement un contingent de chambres d'hôtel à un prix défini à l'avance et de disposer de conditions d'annulation spécifiques. Ces réservations contribueraient aux succès de GESI à l'instar de ce qui a été organisé lors de la Ryder Cup dans les Yvelines : hébergement de l'ensemble des sportifs, équipes techniques, journalistes et visiteurs extérieurs à proximité de Saint-Quentin-en-Yvelines.

²⁴ Cahier de tendances touristiques n°7, Welcome City Lab, juillet 2022.

²⁵ Une Logistique en Or : transporteurs d'exploits ! https://e-tlf.com/nos-travaux-et-publications/une-logistique-en-or/

²⁶ https://docplaver.fr/19891124-Charte-sur-l-accueil-des-grands-congres.html

Développer l'attractivité de la commande publique, en particulier à l'égard des PME-TPE
La plupart des équipements sportifs constituent des équipements publics dont la
construction est initiée par une personne publique ou assimilée, soumise au Code de
commande publique. Cette construction et ensuite l'exploitation de l'équipement sont
des opportunités d'affaires pour les entreprises.

La commande publique étant gouvernée par le principe d'égalité, de valeur constitutionnelle, il est essentiel de garantir que toutes les entreprises, quelle que soit leur taille, puissent avoir accès à ces marchés. Il faut, pour ce faire, que les conditions posées par les donneurs d'ordre permettent ce libre accès. Il est important que les PME-TPE ne soient pas écartées de « grands marchés » et reléguées à la seule qualité de sous-traitants d'entreprises générales, d'autant plus que ces PME-TPE font souvent valoir des savoir-faire innovants, lesquels peuvent contribuer à la valorisation d'un GESI.

Plusieurs étapes du processus de commande publique doivent donc être adaptées à cet enjeu d'égalité entre les candidats, notamment :

- en amont du lancement du marché, le sourçage, désormais inscrit dans le Code de la commande publique, permet au donneur d'ordre de détecter et de cibler des entreprises susceptibles de candidater aux marchés liés à un GESI. Ce premier référencement ouvrirait des opportunités importantes pour les PME-TPE franciliennes, qu'elles soient constructeurs, fournisseurs ou prestataires de services. Des plateformes de mise en relation existent déjà comme celle de la Région Île-de-France (GIP Maximilien), celle de la CCI Paris Île-de-France (CCI Business) ou celle spécifique aux JOP 2024 « Entreprises 2024 » mise en exergue dans un récent rapport de l'Assemblée Nationale²⁷. Ces plateformes doivent absolument être activées pour des GESI et être mieux connues des PME-TPE;
- lors de la rédaction du dossier de candidature et de la rédaction des cahiers des charges, le donneur d'ordre doit identifier très précisément l'objet et les conditions du marché ainsi que les besoins auxquels celui-ci doit répondre. Par exemple, il n'est pas possible d'intégrer des prestations en matière d'accès au site des GESI et de mobilités sans avoir établi au préalable le plan de circulation sur ce même site, ce type d'imprécision a entrainé pour les JOP 2024, l'infructuosité de certains marchés auxquels les entreprises, et encore moins les PME-TPE, n'étaient pas en mesure de répondre :
- lors de l'attribution des marchés, les critères portant sur des solutions innovantes devraient systématiquement bénéficier de coefficients de pondération majorés, ce qui permettrait aux PME de faire valoir leur savoir-faire;
- lors de l'exécution du marché, des clauses imposant des pénalités d'un montant élevé peuvent dissuader des PME-TPE de candidater car elles craignent de ne pas pouvoir y faire face au regard de leurs capacités financières et de leur trésorerie. Surtout, positivement, dans les cas où ils restent facultatifs, les dispositifs existants dans le Code la commande publique relatifs aux acomptes ou avances sur le paiement des prestations devraient être davantage utilisés par les donneurs d'ordre et proposés spontanément sans que l'entreprise n'ait à en faire la demande.
 - Cette attractivité de la commande pour les PME-TPE dépasse largement le sujet des GESI. C'est pourquoi la CCI Paris Île-de-France réalisera en 2023 un rapport assorti de propositions.

²⁷ Mission d'information sur les retombées des Jeux olympiques et paralympiques de 2024 sur le tissu économique et associatif local – Point d'étape, Stéphane Peu et Stéphane Mazars, 15 février 2023, pp. 8 et suivantes.

LEVIER 3 S'appuyer sur l'écosystème des congrès et salons pour renforcer la filièr<u>e sport et se positionner sur le e-sport</u>



- Créer un grand salon emblématique du sport rassemblant tous les acteurs de la filière. Il s'agit de réunir les entreprises du secteur autour de thématiques spécifiques (santé, performance, environnement urbain, « entertainement », sécurité ou encore e-sport). Ces événements doivent s'appuyer sur des figures emblématiques du monde du sport. Des initiatives comme le salon *Unlimitech To Perf*, organisé par la CCI Paris Île-de-France et Sport Unilimitech, qui se tiendra

les 29 et 30 juin et 1^{er} juillet 2023, soit un an avant les JOP, pourraient se positionner sur ce créneau.

Renforcer le positionnement de Paris Île-de-France sur l'e-sport. La capitale a les moyens pour s'imposer comme la destination mondiale sur ce créneau en devenir. Ses espaces d'expositions et ceux de Viparis ou des Arena franciliennes en particulier ont la capacité d'accueillir ces compétitions. Cellesci doivent attirer les communautés de joueurs en ligne et des éditeurs de jeux vidéo. Il s'agit de s'appuyer sur l'écosystème parisien des salons pour offrir des nouvelles expériences de compétitions sur la

« Le e-sport est une tendance forte sur laquelle Paris doit conforter ses positions grâce à son activité très développée sur le sujet. Paris en tant que terre d'accueil de grands événements et salons, sportifs, et e-sport est certainement une place majeure pour centraliser régulièrement l'écosystème du sport à un endroit ».

Corinne Menegaux, Directrice générale de l'OTCP

destination, à l'image de ce que réalise déjà la Paris Games Week. Deux événements majeurs se tiendront en Île-de-France prochainement: le Major de Counter-Strike Global Offensive aura lieu pour la première fois en France du 8 au 21 mai 2023 et s'achèvera à l'AccorHotels Arena, puis les TrackMania Games qui auront lieu en 2024 et devraient se tenir à Paris.

LEVIER 4

Anticiper les problématiques de recrutement spécifiques aux secteurs de l'événementiel et du tourisme²⁸

Simplifier le recrutement en CDD par les GESI (monteurs de tribune, techniciens sons, régie, lumière...). Les secteurs du sport et du spectacle sont en effet totalement dissociés, les premiers ne pouvant recourir au CDD d'usage. Pourtant, de nombreux métiers sont communs, sans oublier la tendance à « l'événementialisation » des



événements sportifs. L'embauche de salariés en CDD d'usage qui pourraient, le cas échéant, bénéficier du régime chômage des intermittents, accroîtrait le réservoir de candidats potentiels pour les contrats temporaires nécessaires à l'organisation d'un GESI et libérerait la main-d'œuvre nécessaire sur d'autres postes de travail. Les heures travaillées entreraient alors dans le quota d'heures requises pour le statut d'intermittent du spectacle. Pour atteindre

cet objectif, une révision du code du travail et de la convention d'assurance chômage serait à étudier pour autoriser le bénéfice du statut d'intermittents du spectacle aux

salariés recrutés en CDD d'usage par les organisateurs d'événements sportifs.

 Évaluer les besoins de formation dans les métiers en tension (accueil, sécurité, CHR²⁹, nettovage/propreté en particulier) pour établir des plans de formation adaptés. En utilisant les données de la DARES et celles l'événementiel. professionnels de l'identification des lacunes doit favoriser des plans de formation évitant un marché en tension permanente. Ces formations pourraient être diffusées par le biais des CCI sur les territoires. Elles seraient aussi l'occasion de mettre en avant spécifiquement les débouchés récurrents apportés par la filière sport et ses événements³⁰.

« Les métiers de la sécuritésûreté devraient disposer d'un système de classification plus adapté à la réalité et reposant sur les compétences. Cela passe notamment par la révision du parcours de formation nécessaire pour les accréditations ainsi que des revalorisations salariales ».

> **Luc Guilmin,** Président de Sécuritas

²⁸ De manière récurrente, la région capitale doit faire face à une pénurie de main-d'œuvre dans les secteurs de l'événementiel et du tourisme qui a été accentuée avec la crise du Covid. Cela touche particulièrement les secteurs de la restauration, de la sécurité ou encore de la propreté qui rencontrent des difficultés de recrutement récurrentes et décuplées en temps de GESI où la demande est très forte. Enfin, le monde des entreprises et en particulier des commerces est souvent absent ou insuffisamment impliqué dans l'accueil et l'organisation des GESI.

²⁹ Selon le GHR, 36 000 emplois sont vacants en France dans les CHR. Durant l'été 2022, 59 % des CHR ont réduit leur activité en été parce que la main d'œuvre était insuffisante, fermeture de brasseries, impossibilité d'honorer des commandes chez les traiteurs...

³⁰ En octobre 2022, la CCI de Seine-Saint-Denis a organisé des Job Dating. Ces rencontres visaient à faire découvrir les métiers de la sécurité, les offres de formations disponibles et les postes à pourvoir en Seine-Saint-Denis en partenariat avec le Conseil Départemental de Seine Saint-Denis, le MEDEF 93+94, la CPME 93, la Fédération Française de la Sécurité Privée (FFSP), FACE 93, le club d'entreprises « La Seine-Saint-Denis une chance. Les entreprises s'engagent!» ainsi que les services de la DRIEETS de la Seine-Saint-Denis et la Direction territoriale de Pôle Emploi.

- Moderniser les classifications des métiers et accompagner les entreprises dans la connaissance et la valorisation des compétences des salariés au moyen d'une grille de classification rénovée³¹: CHR, sécurité...
- Faciliter les conditions d'accès des jeunes aux métiers des CHR. Il s'agit pour les professionnels de la formation en lien avec les organisations professionnelles de sensibiliser les élèves de seconde aux métiers des CHR et à l'ensemble des parcours professionnels possibles. Il est important d'inviter des associations d'entrepreneurs pour que ces rencontres soient illustrées par des témoignages directs de chefs d'entreprises. L'action de l'association ADECSY³² dans les Yvelines est un exemple de ces rencontres avec les jeunes générations au sein des lycées.



³¹ Contribution du GHR (Groupement des Hôtellerie et Restauration de France) au Plan d'urgence contre les métiers en tension.

³² Association des Dirigeants et chefs d'Entreprises du Centre et Sud Yvelines.

AXE 2: ORGANISER ET ACCUEILLIR

Assurer une bonne organisation des événements



Pour réussir un GESI et en attirer de nouveaux, une mobilisation de tous les acteurs publics et privés est nécessaire, accompagnée des moyens suffisants sur le plan humain et financier. Si Paris Île-de-France a la capacité d'accueillir des visiteurs en nombre, il reste néanmoins plusieurs axes d'amélioration qu'ils soient législatifs ou organisationnels.

LEVIER 5 Devenir exemplaire en termes d'accueil des visiteurs

Accueillir les clientèles dans des bonnes conditions suppose de :

Créer une plateforme d'information dédiée aux professionnels du tourisme et de l'événementiel : entreprises, restaurants, cafés, hôtels, unions commerciales. Elle comprendrait un planning des évènements à venir et des actions à mettre en œuvre : plans de circulation, plan d'installation des infrastructures sportives³³, affichage des sponsors dans l'espace public, organisation logistique pour la livraison notamment pour les denrées alimentaires, horaires d'ouverture sensibles, forces de l'ordre présentes à proximité, transports en commun fermés ³⁴ ... Ces actions, parmi d'autres, doivent permettre aux commerces

« Il faut créer une chaine de communication régulière avec l'ensemble des professionnels sur le calendrier des manifestations, profils des clientèles, plans de circulation et de barriérage afin de générer de la donnée qualitative pour anticiper les besoins ».

Pascal Mousset,Président GHR Île-de-France

et aux entreprises d'anticiper leurs taux d'occupation et d'activité et donc de diminuer l'effet d'éviction.

Mettre en place des dispositifs d'accueil, de prise en charge des visiteurs et des signalétiques dédiées et adaptées sur tout type de support en créant une signalétique uniformisée d'orientation : l'objectif est de systématiser une série de logotypes listant de manière visible et colorée par thématique : le site de compétition, le centre-ville, la polarité commerciale, les points d'intérêts, les sanisettes publiques. Cette démarche ne peut



réussir qu'à travers la coopération de l'ensemble des communes de l'Île-de-France.

³³ Comme l'immobilisation de la circulation.

³⁴ Dans les CHR, on estime que la préparation et l'installation des infrastructures sportives entraı̂ne chaque jour une perte de chiffre d'affaires de l'ordre de 30 %.

- Associer en amont les acteurs du numérique à l'orientation des visiteurs: logiciel GPS et applications de géolocalisation, applications dédiées aux transports en commun...
 Une coopération en amont permettrait d'intégrer les spécificités du GESI et des plans de circulation exceptionnelle, voire promouvoir des « itinéraires bis » pour mieux répartir les flux.
- Inciter les commerçants à adopter une démarche « clientèle » en :
 - ✓ renforçant et diffusant les outils de sensibilisation initiés par la CCIR et le Comité Régional du Tourisme pour les clientèles internationales. Pour y parvenir, s'inspirer des dispositifs du type « Do you speak Touriste »³⁵ visant à faire des commerçants des référents en matière d'accueil des touristes à Paris Île-de-



- France. Cette démarche est prévue pour la Coupe du Monde de Rugby 2023 ;
- √ distribuant de kits de communication, mise en valeur des vitrines, message dédié sur les réseaux sociaux;
- ✓ incitant les commerçants à mettre en concurrence les opérateurs bancaires en particulier sur les frais d'interchange pour proposer un éventail de solutions de paiement plus large : paiement systématique par smartphone ou via les réseaux de cartes extra-européens ;
- ✓ adoptant une charte déontologique garantissant un accueil dédié (prix accessibles malgré la période exceptionnelle dans les hôtels et restaurants, accueil en anglais et communication sur les horaires d'ouverture);
- ✓ **procédant à des actions de** « **propreté participative** » qui consisteraient à proposer aux commerçants d'assurer le nettoyage des abords de leur commerce leur ouvrant droit à une réduction sur la redevance, dite « spéciale » versée par les entreprises³6. Cette mesure financière pourrait avoir un effet incitatif non négligeable.

LEVIER 6 Garantir <u>un environnement sécurisé</u>

Diffuser sous l'égide de la Préfecture de Police de Paris le protocole de sécurité / gestion de crise établissant le rôle de chaque acteur. Il devrait détailler les différentes dimensions concernées : transports en commun, proximité des sites, fan zone, sécurisation des commerces en proximité des sites et lieux de passage, cybersécurité³⁷, etc. A l'image de l'exercice Sequana 2016 (simulant une situation de

« Les GESI devraient avoir la capacité de mobiliser des officiers de police judiciaire dédiés et d'ouvrir des commissariats mobiles. »

Renaud Hamaide, Président de Comexposium et de l'UNIMEV

³⁵ https://www.entreprises.cci-paris-idf.fr/web/cci75/do-you-speak-touriste

³⁶ Contrats DNM à savoir contrats pour les déchets non ménagers habituellement souscrits pour une durée de 3 mois, renouvelables par tacite reconduction et résiliables avec préavis d'un mois. Au-delà d'une franchise pour un volume journalier de 330 litres de déchets, la collecte est payante et le prix est proportionnel au volume des bacs fournis.

³⁷ Pour la cybersécurité, de nombreuses préconisations techniques ont été formulées par l'Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information dans le *Guide d'hygiène informatique* publié en septembre 2017.

crue), il permettrait de sensibiliser l'ensemble des acteurs concerné aux différents risques et aux réponses à apporter en temps réel.

- Améliorer le dispositif d'alerte Cespplusur mis en place par la Préfecture de Police³⁸. L'enjeu est aussi d'intégrer des options d'amélioration de l'outil, de recenser le nombre de commerçants et d'entreprises situés près des sites de compétition et de promouvoir le dispositif afin de l'enrichir: forces de sécurité présentes à proximité des commerces, transports en commun fermés...
- Autoriser de façon exceptionnelle la surveillance aux abords des commerces par les agents de sécurité privée à l'image de la réglementation sur la vidéoprotection. Cette solution qui permettrait de mutualiser les coûts pour les enseignes (signalements, informations, rondes) afin d'alerter la sécurité publique et d'apporter une image sécurisée à la clientèle.
- Mieux faire connaître les formulaires de plaintes dans la langue d'origine en cas de vol ou d'agression (aéroports, trains, taxis, hôtels...): la procédure utilisant le logiciel SAVE (Système d'Aide aux Victimes Etrangères) est insuffisamment connue alors qu'elle permet aux touristes victimes de voir leur plainte enregistrée en 30 langues avec remise d'un récépissé dans la leur.
- Installer systématiquement des antennes de police sur les sites de compétitions afin de permettre un premier contact avec des forces de l'ordre et la prise en charge des dépôts de plaintes.
- Lutter contre le phénomène endémique des ventes à la sauvette en déployant une police de proximité habilitée à poursuivre les réseaux contrevenants. Il est tout aussi impératif et urgent que des agents de proximité puissent faire appliquer la loi en ce domaine et disposent de moyens d'intervention.
- Renforcer l'efficacité des sanctions en matière de contrefaçon: depuis une quinzaine d'années, la contrefaçon gagne régulièrement du terrain, alimentant une économie « grise » qui génère des flux monétaires importants et trop souvent liée à la criminalité organisée et même au terrorisme. La contrefaçon coûte chaque année 7 milliards d'euros à la France³⁹. Au-delà des conséquences économiques, existe un enjeu de sécurité publique. Les pouvoirs publics doivent être dotés des moyens nécessaires pour lutter énergiquement contre la contrefaçon, tant sur le plan administratif que judiciaire. Il est ainsi proposé de créer une fermeture administrative immédiate des commerces vendant de la contrefaçon et de mettre en place une instance interministérielle de pilotage de la lutte anti-contrefaçon⁴⁰.

⁴⁰ « Contrefaçon, il y a urgence à agir », Prise de position de la CCI Paris Île-de-France en partenariat avec l'Unifab, 2019 : https://www.cci-paris-idf.fr/fr/prospective/propriete-intellectuelle/contrefacon-urgence-agir

³⁸ Dédié aux petits commerçants et aux professionnels de Paris et de petite couronne, le dispositif CESPPLUSSUR (Commerçants Entreprises Sociétés Professionnels Professions Libérales Usagers en SUreté), est un service de la Préfecture de Police qui prodigue des conseils de sécurité et de prévention situationnelle : <a href="https://www.prefecturedepolice.interieur.gouv.fr/prevention/vous-etes/le-dispositif-cespplussur/sinscrire-cesppl

³⁹ EUIPO, 2019.

Prévoir un mécanisme d'indemnisation dédié pour les commerces dont l'activité serait sensiblement impactée par la tenue d'un GESI (fermeture administrative de longue durée empêchant l'accès et l'ouverture des commerces, mouvements sociaux, dégradation des commerces). Lors de l'Euro 2016, l'UEFA avait par exemple imposé un barriérage de l'espace autour du Stade de France qui coupait l'accès aux commerçants situés à proximité. Le mécanisme d'indemnisation devra répondre à des critères précis (durée, chiffre d'affaires, personnel impacté) avant d'être actionné.

LEVIER 7 Développer une approche éco-responsable et combler le déficit en termes d'hygiène et de propreté

- Accompagner les professionnels de l'événementiel sportif dans la transition écologique. Gestionnaires de sites, organisateurs de manifestations, prestataires de l'événementiels sont déjà des acteurs efficaces d'une économie plus verte : recyclage, circuits de proximité pour les matière premières, vente en vrac, tri des déchets, économie circulaire, optimisation des consommations d'énergie... Un accompagnement renforcé par les CCI et CMA (diagnostics évaluant la maturité écologique, coaching, plans d'actions... pourrait permettre d'atteindre des objectifs toujours plus ambitieux et de renforcer l'image de la destination en la matière.
- Communiquer en amont et pendant l'événement auprès des visiteurs sur la gestion et le tri des déchets. Une telle sensibilisation donnerait corps dispositif de gestion⁴¹. Ainsi elle doit être appropriée et assimilée par toutes les parties prenantes de l'événement. Les supports de communication doivent être adaptés et peuvent être dématérialisés. sonores ou visuels. Cela demande une large mobilisation des bénévoles ou des associations pour délivrer des messages ou animer des ateliers sensibilisant spectateurs et entreprises.



- Définir des objectifs et des indicateurs de suivi sur la gestion des déchets des événements récurrents: prévoir une évaluation de l'événement considéré et détecter les axes d'amélioration pour les prochaines éditions.
- Intégrer dans le comité de pilotage de l'événement une personne ou une équipe dédiée à la gestion des déchets. La désignation d'un référent permettrait de faire le lien entre les partenaires et les acteurs publics/privés censés gérer et traiter les déchets.

⁴¹ Cahier d'impact 2024, Gestion des déchets: des solutions innovantes pour des jeux inclusifs et solidaires en 2024, ESS 2024 La plateforme solidaire, 2021.

— Assurer un continuum de la gestion des déchets, en établissant des objectifs chiffrés. De ces critères dépend l'image de la destination. L'organisation d'un GESI doit avant tout veiller à garantir la gestion des déchets en masse sur un périmètre resserré⁴², que ce soit pendant et après les diverses manifestations sur les sites, les fan zones, les lieux de célébrations.... Elle doit aussi intégrer dans sa démarche l'exemplarité par des symboles forts pour les spectateurs et téléspectateurs : réflexion sur l'ensemble de la production de goodies distribués (circuits courts, recyclage...) ou encore l'utilisation d'objets non jetables par les compétiteurs (gourdes à la place de bouteilles ou gobelets par exemple).

LEVIER 8 Exploiter les GESI pour accroître les retombées économiques

Mettre à disposition des clientèles des conciergeries dans les artères commerciales touristiques. L'aménagement d'un local dédié par les commerçants indépendants et les enseignes leur permettrait de mutualiser le coût d'un tel service tout en répondant à une demande des clientèles étrangères. Les visiteurs de GESI n'anticipent pas toujours l'activité shopping et peuvent être limités dans leurs achats par manque de capacité de leurs bagages. Les grands magasins et centres commerciaux parisiens ont développé depuis plusieurs années des services de conciergerie afin de faciliter l'expérience shopping de leurs clients. Cette offre comprendrait des services de gardiennage, voire de livraison des achats dans les hôtels ou directement à domicile et permettrait aux clientèles touristiques de profiter pleinement des autres offres commerciales ou des atouts du quartier visité.



- Renforcer l'attractivité de la détaxe et son usage dans les commerces des artères commerçantes et touristiques. Des bornes de détaxe pourraient utilement être mises en place sur certains axes à forte fréquentation lors de la tenue de grandes manifestations.

Aménager une dérogation spécifique au repos dominical pour certains établissements commerciaux dans le cadre des GESI. Il s'agit de pérenniser le dispositif de la future loi Olympique ⁴³ pour encourager et faciliter l'activité des commerces le dimanche⁴⁴. C'est une mesure bénéfique à la fois au regard du caractère exceptionnel de ces événements mais aussi de la visibilité de certains départements



franciliens qui vont bénéficier d'une mise en lumière. En matière de commerce de détail,

⁴² Une manifestation de 50 000 personnes génère jusqu'à 2,5 tonnes de déchets, consomme en moyenne 1 000 kWh d'énergie et 500 kg de papier (chiffres de 2014, Guide des éco manifestations de l'ADEME).

⁴³ Projet de loi relatif aux jeux Olympiques et Paralympiques de 2024 en cours de discussion. Ces mesures sont complémentaires de celles déjà adoptées dans le cadre de la loi n° 2018-202 du 26 mars 2018 relative à l'organisation des jeux Olympiques et Paralympiques de 2024.

⁴⁴ Ces autorisations doivent être profitables sur une longue période pour capter les clientèles. Le dimanche est en effet souvent un temps fort des compétitions (1er jour ou veille d'ouverture synonyme d'arrivées massives, point d'orgue des compétitions ou encore jour de finale et/ou de clôture des épreuves). L'augmentation massive des flux doit bénéficier à l'ensemble du tissu commerçant et pas uniquement aux entreprises implantées dans les ZTI, comme le prévoit de manière exceptionnelle la loi future Olympique pour Paris 2024.

le champ des établissements visés doit être le plus large possible (produits alimentaires, articles d'habillement, chaussures, matériels électroniques, cosmétiques, librairies, services...) sachant qu'un commerçant reste libre de ne pas ouvrir le dimanche. A terme et dans un souci de simplification administrative, il serait utile de classer les communes du Grand Paris en ZTI.

Faire des GESI une opportunité pour créer des événements professionnels au service des entreprises franciliennes. Les grands événements rassemblent par nature des chefs d'entreprises ou cadres dirigeants. Leurs séjours en Île-de-France leur donnent des opportunités pour des rencontres d'affaires en marges des compétitions. La Team France Export, en lien avec les organisateurs, pourrait mettre en relation des entreprises locales avec leurs clients ou de nouveaux prospects et/ou partenaires à l'international.

LEVIER 9 Impliquer les entreprises dans « l'événementialisation » du territoire

- Mettre en valeur plusieurs parcours pour en faire des vitrines du shopping « à la française ». Il s'agit de renforcer la promotion des itinéraires « Paris intra-muros et extra-muros » grâce à de nouvelles offres culturelles, gastronomiques, artisanales et commerciales situées dans les quartiers plus excentrés ou dans des villes dont l'offre est moins connue du grand public.
- Prévoir des dispositifs de communication connexes à la charte graphique officielle utilisables par les commerces et entreprises franciliennes. L'usage de ces logos/mascottes des GESI pour décorer les vitrines et/ou animer des événements ferait des commerçants et des artisans les premiers ambassadeurs de la destination. Si l'utilisation du logo officiel est trop contraignante juridiquement, le CRT, l'OTCP, les CCI et les CMA doivent pouvoir, en lien avec les fédérations organisatrices, créer une labellisation des professionnels investis dans l'accueil des compétitions avec un logo conçu spécifiquement pour eux : « fan des JOP/Coupe du monde de rugby... ».
- Organiser des événements locaux éphémères dans les quartiers/villes au potentiel convivial pour accompagner commercialement le calendrier sportif. Cela nécessite une collaboration entre les CCI, les CMA, les cafés/restaurants, commerces, unions commerciales, collectivités locales, managers de commerce et offices de tourisme. L'aménagement d'espaces dédiés, la mise en place de mobiliers aux couleurs de l'événement, une signalétique attractive sont autant d'actions qui pourraient être mises en place pour offrir une expérience client supplémentaire et déclencher l'acte d'achat.

AXE 3: INTEGRER ET EXPLOITER

Renforcer et équiper le territoire au service de l'héritage de l'événement pour les populations locales

Si les Jeux Olympiques et Paralympiques ont axé leur candidature sur l'héritage, les GESI restent encore trop souvent des événements coupés des territoires sur lesquels ils se déroulent. De nombreuses enquêtes d'opinion ont montré que les populations locales n'adhèrent pas forcément aux GESI, y voyant plus d'inconvénients (accessibilités difficiles, exclusion des épreuves...) que d'avantages (retombées directes, participation à la "fête du sport"...). Jusqu'ici, les GESI franciliens ne sont pas parvenus à mettre suffisamment en valeur l'économie locale.



LEVIER 10 Intégrer les GESI dans le projet de territoire

- Intégrer les grands équipements sportifs dans les documents d'aménagement et d'urbanisme.
 Toute la chaîne de la planification urbaine est ici concernée. Le Code de l'urbanisme comporte déjà des éléments décisifs pour favoriser cette intégration :
 - Le schéma régional d'aménagement d'Île-de-France (SDRIF), en cours de refonte pour se transformer en SDRIF-E (environnemental) localise les grands équipements;
 - Les schémas de cohérence territoriale (SCOT), de dimension intercommunale, fixent quant à eux des objectifs et des orientations en matière de grands équipements;

« Les GESI doivent s'inscrire dans un tourisme régénératif qui a pour but de rendre le territoire dans un meilleur état après le passage des visiteurs ».

Christophe Decloux, Directeur général du Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France

• Les plans locaux d'urbanisme (PLU), intercommunaux ou communaux, ont vu leur contenu renforcé par la loi n° 2022-296 du 22 mars 2022 visant à démocratiser la pratique du sport en France. Le rapport de présentation du PLU, sorte « d'exposé des motifs » du projet territorial, comporte un diagnostic sur les besoins en équipements, « notamment sportifs ». Malgré cette avancée, des marges de progrès existent pour aller plus loin dans la prise en compte au sein des politiques d'aménagement des équipements nécessaires à la tenue de GESI. Il ne s'agit pas de se limiter au seul rapport de présentation du PLU, mais d'inscrire la réalisation ou la réhabilitation d'un tel équipement dans des orientations d'aménagement et de programmation (OAP) du PLU qui permettent de développer un projet doté de ses propres règles d'urbanisme facilitant sa mise en œuvre, par exemple via l'application de bonus de constructibilité sur ce type d'équipement.

Également, il conviendrait de **favoriser** la réversibilité des bâtiments, à savoir la possibilité d'en changer à plusieurs reprises l'usage tout au long de leur cycle de vie, grâce à des travaux mineurs et des procédures simplifiées. Cela faciliterait la transformation d'un immeuble de bureaux ou de commerces vacant ou dégradé, en un équipement dédié à des activités sportives. La CCI Paris Île-de-France a



récemment formulé des propositions en ce sens dans un rapport promouvant la réversibilité immobilière⁴⁵.

En tout état de cause, la CCI Paris Île-de-France, en tant que personne publique associée à l'élaboration de ces documents d'urbanisme, mettra en exergue dans ses avis la nécessité de mieux insérer la question des GESI dans l'aménagement du territoire.

- Moderniser régulièrement le parc d'infrastructures sportives pour rester compétitif. Cela est indispensable pour que Paris Île-de-France maintienne son positionnement de leader continental face à Londres. Ces actions doivent viser à accueillir un éventail plus large de disciplines. Elles devront également répondre aux standards attendus : accessibilité des PMR, éco-responsabilité, digitalisation.
- Prévoir un plan de mise à niveau de tous les équipements sportifs mobilisables pour les GESI. Cette démarche doit permettre une mise aux normes de l'accessibilité PMR (terrains et vestiaires) et une amélioration des performances

« La conception des bâtiments du village des athlètes fait non seulement appel à des matériaux de réemploi mais prévoit également que 75 % des structures temporaires liées aux jeux seront démontées et réutilisées. Pendant la phase chantier, la déconstruction sélective des bâtiments existants a permis le réemploi de 860 tonnes de matériaux et la valorisation de 96 % des déchets restants ».

Antoine Du Souich, Directeur stratégie et innovation, SOLIDEO

énergétiques (bilan carbone de construction et d'entretien). L'appel à l'économie circulaire doit être systématisé. Par exemple, les revêtements de terrains peuvent être réalisés avec le recyclage de baskets ou de pneus... Cette démarche pourrait être étendue à l'ensemble des équipements susceptibles d'accueillir des délégations nationales pour leur camp de base et/ou d'entraînement.

⁴⁵ Rapport de la CCI Paris Île-de-France, « Pour une culture de la réversibilité immobilière », 13 octobre 2022

- Développer une stratégie de reconversion et réutilisation des infrastructures. Cela passe par des rapprochements entre les acteurs du territoire (franciliens voire nationaux) pour garantir l'utilisation régulière de structures démontables et réutilisables pour les événements éphémères. Le vivier d'événements sportifs et culturels (dont les festivals d'été) permet déjà à la France de disposer de structures de ce type⁴⁶. A défaut, pour des équipements non réutilisables, le recours à la location ou prêt de matériaux pour la construction et l'habillage des infrastructures doit être encouragé.
- Mettre en réseau et valoriser certains sites touristiques territoires. équipements sportifs à l'occasion de GESI, qu'ils soient à proximité des épreuves ou intégrés à des parcours. Le CRT pourrait promouvoir, par exemple auprès des organisateurs professionnels, l'idée d'une course cycliste reliant les châteaux du réseau des villes impériales. développement de ce type d'épreuve permet de faire de la destination une terre d'accueil d'épreuves majeures du cyclisme. Au-delà, elle doit également permettre de

« L'Île-de-France est un territoire qui dispose d'un potentiel fort pour valoriser de nouvelles épreuves sportives s'appuyant sur des décors ou des parcours mythiques ».

Thomas Cariou, Directeur RSE, Amaury Sport Organisation

faire la promotion de sites touristiques spécifiques auprès d'un public cible en bénéficiant d'une médiatisation très forte. Une course reliant les équipements sportifs majeurs de l'Île-de-France (Arena La Défense, Roland Garros, Parc des Princes, Stade Jean Bouin, Charléty, Stade de France...) pourrait aussi valoriser la destination et ses équipements.

LEVIER 11 Renforcer les liens entre GESI et populations locales

Inclure les clubs sportifs locaux dans l'organisation des GESI en soutenant financièrement les équipes qui participent à l'encadrement bénévole des compétitions. Ce format gagnant-gagnant permettrait à l'organisation d'un GESI d'engendrer des retombées directes sur l'écosystème des clubs sportifs locaux. En échange, l'implication des sportifs dans une épreuve majeure de leur discipline créerait une émulation auprès des amateurs et une dynamique dans l'encadrement des épreuves.

⁴⁶ Par exemple, le Grand Palais éphémère du Champs de Mars est utilisé aussi bien pour l'événementiel que pour les futures épreuves olympiques et paralympiques. Sa structure permettra un démontage et un remontage sur d'autres sites et l'exploitation pour d'autres événements, qu'ils soient sportifs ou non.



- Encourager le mentorat et le mécénat des entreprises pour le financement et la **préparation des athlètes.** Pour soutenir la préparation de sportifs de haut niveau, entreprises pourraient sensibilisées à la politique de mécénat et de soutien, comme celle menée dans le domaine de la culture. Ces formes d'engagement existent pour l'aide directe à la préparation des athlètes (plateforme iesoutiensunathlète.fr du MEDEF). Certaines incluent parfois

problématique de leur reconversion (Fondation pacte de performance) ou l'ensemble des initiatives individuelles d'un territoire (Fondation du Sport Français).

- Mettre en lien les bénévoles et les emplois temporaires des GESI avec le secteur des CHR. L'expérience acquise sur la période de l'événement doit être valorisée en évaluant et reconnaissant les compétences acquises et attendues sur le marché de l'emploi. Cette validation d'acquis pourrait être suivie de job dating pour mettre en relation les bénévoles souhaitant poursuivre leur expérience dans un parcours professionnel à long terme.
- Disposer d'un corps du service civique dédié aux grands événements. Ces personnes représenteraient un vivier de main d'œuvre souple et mobilisable lors de grands événements, marquant la présence de la société civile dans l'accueil des épreuves.



« L'accueil des personnes en situation de handicap est une problématique culturelle en France. Il faut mettre en place un plan d'actions pour former l'ensemble des personnels des entreprises et pas uniquement le management ».

Annette Masson, Présidente de Tourisme et Handicaps

Intégrer aux applications des transports publics officielles l'information en temps réel sur les parcours spécifiques pour les participants, spectateurs et visiteurs handicapés. L'accessibilité des transports n'est pas suffisante, il est indispensable d'informer le voyageur des potentielles de parcours (interphone ou ascenseur en panne, aide disponible ou non, travaux, accès fermé...), faute de quoi, certaines personnes peuvent être bloquées au milieu de leur parcours. Si la plupart des applications possèdent déjà

des calculs de parcours

spécifiques selon l'accessibilité de chacun, il manque le suivi des aléas. Cela induit que soit renouvelés les contrats de maintenance des ascenseurs RATP avec une exigence d'intervention très rapide pour que les personnes handicapées ne soient pas bloquées dans leurs trajets.



LEVIER 12 Inclure l'action des entreprises lors des GESI dans une perspective de long terme

- Structurer une filière du sport en Île-de-France autour d'entreprises leader, de start-up, d'athlètes, de clubs, de fédérations, de pôles de recherche, etc. Le Cluster Grand Paris Sport⁴⁷ ou le GIE France Sport Expertise⁴⁸ constituent déjà des exemples de préfiguration. Cette filière pourrait d'autant mieux se mobiliser lors de chaque GESI qu'elle bénéficierait des perspectives de nouveaux clients, partenaires, fournisseurs, etc.
- Faire de l'innovation francilienne une force de différenciation à l'international. La promotion de start-ups de la French Tech durant la compétition serait l'occasion pour celles-ci de se faire connaître auprès public et des médias présents en nombre. Par exemple, lors des JOP de 2024 seront déployées des navettes autonomes de trois types différents. De la même manière, les GESI pourraient être une opportunité pour les entreprises franciliennes du numérique en tant que vitrine de l'intelligence artificielle, de la blockchain ou encore du metavers.

⁴⁷Le Cluster Grand Paris Sport est une association qui vise à fédérer les acteurs du sport, de la recherche, de l'éducation, de la formation, de la santé, de l'innovation et de l'économie qui souhaitent un modèle innovant pour inscrire le sport français dans une nouvelle ère.

⁴⁸ Le groupement d'intérêt économique France Sport Expertise (FSE) a été créé le 28 novembre 2019, sur le souhait de la Filière de l'économie du sport. Il est financé exclusivement par ses membres et ne reçoit aucune subvention publique.

Réaliser systématiquement des études d'impact des GESI sur les entreprises. La Délégation interministérielle aux Jeux (DIJOP) pilote une démarche d'évaluation de l'impact des JOP de 2024. Une évaluation ex post des conséquences effectives des projets olympiques sur l'urbanisme francilien sera menée. Le ministère de la Transition écologique pilote l'étude via la Direction générale de l'Aménagement, du Logement et de la Nature (DGALN) et la Direction de l'Habitat, de l'Urbanisme et des Paysages (DHUP), ainsi que la Direction régionale et interdépartementale de l'Environnement, de l'Aménagement et des Transports (DRIEAT). La période 2022-2024 est mise à profit pour concevoir collectivement le dispositif d'évaluation.

Annexes

Annexe 1 – Bibliographie

- Mission d'information sur les retombées des Jeux olympiques et paralympiques de 2024 sur le tissu économique et associatif local – Point d'étape, Stéphane Peu et Stéphane Mazars, 15 février 2023
- Faciliter les retombées des grands événements par l'approche du parcours client,
 Vincent Gollain, <u>www.marketing-territorial.org</u>, 2023
- Les chiffres clés du sport, Institut Régional de Développement du Sport, novembre 2022
- Cahier de tendances #7, Welcome City Lab, 2022
- Paris Île-de-France, capitale mondiale du sport avant, pendant et après les Jeux olympiques de 2024 – CCI Paris Île-de-France / CROCIS / CRT Île-de-France, 2022
- Tourisme à paris Île-de-France Les enjeux de la relance Contribution au Schéma Régional du Tourisme et des Loisirs 2022-2026 – CCI Paris Île-de-France, 2022
- Grand Paris Capitale Mondiale du Sport, Paris Île-de-France Capitale Économique, 2022
- Note de synthèse Les enjeux Cybersécurité pour Paris 2024, Territoire d'Evénements Sportifs, 2022
- Diagnostic territorial du sport IRDS, 2021
- Cartographie du sport professionnel en Île-de-France, les dossiers de l'IRDS n° 46
 IRDS, 2022
- Pour une nouvelle coordination du sport français à l'international Délégation interministérielle aux Grands Événements, 2021
- Le sport, levier d'attractivité du Grand Paris ESSEC Business School & Paris Îlede-France Capitale Économique, 2021
- Projet de loi relatif à l'organisation des Jeux olympiques et Paralympiques 2024
 Simplifications administratives, Danielle Dubrac, CCI Paris Île-de-France,
 25 janvier 2018
- Comment rendre plus attractifs les marchés publics pour les PME ?
 Recommandations de la CCI Paris Île-de-France, Isabelle Lajeunie, CCI Paris Île-de-France, 5 octobre 2017
- Guide d'hygiène informatique, ANSSI, Septembre 2017
- Le Grand Pari(s) des JO Etude du cabinet JLL Juin 2017
- Etude d'impact des JOP de Paris 2024 CDES Limoges, 2016
- Les grands événements : un moteur pour la croissance économique et touristique du Grand Paris – CCI Paris Île-de-France, 2013
- Baromètre Fiducial sur la sécurité des Français Focus Coupe du Monde de Rugby et Jeux Olympiques, 25^{ème} édition, octobre 2022

Annexe 2 – Tableau des auditions

La CCI Paris Ile-de-France adresse ses sincères remerciements aux institutions, organismes et à leurs représentants auditionnés dans le cadre de ce rapport. Leurs contributions ont alimenté le rapport aux différentes étapes de son élaboration.

Auditions	
Accor Arena	Nicolas DUPEUX, Directeur général
Amaury Sport Organisation (ASO)	Thomas CARIOU, Directeur RSE
Atout France	Sophie MANDRILLON, Directrice marketing et partenariats Sandie MEYNIEL, Responsable de la filière des Rencontres & Événements Professionnels Julie GAVREL, Responsable pôle projets marketing et grands événements
CCI Paris Île-de-France	Thierry MENUET, Directeur de la Sécurité et sûreté
Comexposium	Renaud HAMAIDE, Président
CRT Paris Île-de-France	Christophe DECLOUX, Directeur général Emmanuel BLUM, Responsable des Affaires institutionnelles
Fédération des associations de commerçants et artisans parisiens (FACAP)	Thierry VERON, Président de la FACAP Philippe GAUDRY, Membre de la FACAP Natacha VAN DE HELD, Ancienne membre de la FACAP
Groupement des Hôtelleries et Restauration de France	Marcel BENEZET, Président de la branche des Cafés, Bars, Brasseries et élu à CCI Paris Île-de-France
Groupement des Hôtelleries et Restauration de France – Île-de-France	Pascal MOUSSET, Président
Hopscotch	Frédéric BEDIN, Cofondateur, Directeur général et Président du Directoire
Institut Européen d'Etude en Sûreté-Sécurité pour les Entreprises (IEESSE)	Pierre GRARD, Président
ОТСР	Corinne MENEGAUX, Directrice générale Sophie LACRESSONNIERE, Chargée de mission JOP
Paris 2024	Grégoire KOENIG, Conseiller délégué aux relations institutionnelles Caroline LOUIS, Manager économie circulaire
Préfecture d'Île-de-France	Pierre-Antoine MOLINA, Préfet, Secrétaire général aux politiques publiques

Préfecture des Yvelines	Ronan LE PAGE, Sous-Préfet, Secrétaire général adjoint Fabrice PATEZ, Chargé de mission auprès du SGAR
RATP	Alain TEIXEIRA, Responsable flux grands événements
Securitas France Groupement des Entreprises de Sécurité	Luc GUILMIN, Président
Sénat	Michel SAVIN, Sénateur (Isère), Président du groupe d'étude du Sénat sur les grands événements sportifs
Solideo	Antoine du SOUICH, Directeur de la stratégie et de l'innovation
Torann France FFSP (Fédération Française de la Sécurité Privée)	Pierre BRAJEUX, Président Christophe CHWAT, Vice-Président
Tourisme et Handicap	Annette MASSON, Présidente
UNIMEV	Renaud HAMAIDE, Président
VIPARIS	Pablo NAKHLÉ CERRUTI, Directeur général

NB: durant la préparation de cette prise de position, la CCI Paris Île-de-France a elle-même été auditionnée au titre du réseau national des CCI sur l'accueil et l'organisation des JOP de 2024:

- le 23/11/2022 par MM. MAZARS et PEU, co-rapporteurs de la mission d'information sur les retombées des JOP de la Commission des affaires culturelles et de l'éducation de l'Assemblée Nationale en présence d'Edmond de La PANOUSE, élu régional, Véronique ETIENNE-MARTIN, Directrice de cabinet du Président et du Directeur général et Emmanuel RODIER, Responsable du département Tourisme Congrès et Salons,
- le 10/01/23 par Mme Florence LASSARADE, rapporteure de la commission des affaires sociales du Sénat en présence d'Edmond de La PANOUSE, élu régional et Céline DELACROIX Secrétaire générale de la Commission Commerce.

Chambre de commerce et d'industrie de région Paris Île-de-France

27, avenue de Friedland F - 75382 Paris Cedex 8 www.cci-paris-idf.fr/fr/prospective

Registre de transparence de l'Union européenne n° 93699614732-82

Contact

Céline DELACROIX tél.: + 33 1 55 65 75 20 celine.delacroix@cci-paris-idf.fr

> Aurélien NEFF tél.: + 33 1 55 65 77 15 aneff@cci-paris-idf.fr

Emmanuel RODIER tél.: + 33 1 55 65 77 24 erodier@cci-paris-idf.fr

Presse

Hassan Chalada tél.: +33 1 55 65 70 57 hchalada@cci-paris-idf.fr

<u>Crédits photos</u>

- Adobe Stock: alotofpeople, bepsphoto, elaborah, hin255, Coloures-Pic, Dmitry, fifg, Gorodenkoff, John Nakata, kovop586, momius, Oier, Redzen, robin-clouet, sodawhiskey, tope007, tsuguliev, yorgen67, Nurg, Doc Rabe Media, Kenstocker.
- Ville de Paris : G. Bontemps, JB. Gurliat, Joséphine Brueder, Valentin Chesneau-Daumas.
- CCI Paris Ile-de-France : F. Renoir, D. Delaporte, P. Guignard-Air Image.