

Pourquoi les stations valaisannes peinent à soutenir leurs skieurs

COUPE DU MONDE Depuis le début de saison, Verbier s'affiche au côté de Justin Murisier. La station bagnarde est la seule en Valais, et même en Suisse, à figurer sur la tête d'un skieur de Coupe du monde.

PAR JOHAN TACHET@LENOUVELLISTE.CH

Depuis le début de l'hiver, Verbier s'affiche sur le casque, la casquette et le bonnet de Justin Murisier. La station bagnarde fait office de précurseur en Valais en se plaçant ouvertement sur la tête d'un skieur de Coupe du monde. «L'industrie du ski alpin a une très forte visibilité, nous l'avons vu dans la presse avec les nombreuses présences de Justin Murisier avant



“Nous nous sommes renseignés, mais les prix demandés sont exorbitants.”

SAMUEL BONVIN
RESPONSABLE MARKETING ET ÉVÉNEMENTS À CRANS-MONTANA TOURISME

le début de saison», explique Pierre-André Gremaud, directeur de Verbier Promotion, qui avait jusqu'ici soutenu majoritairement des freeriders établis dans la région. «Nous étions peu visibles sur le marché des compétitions alpines. Pour nous, cette occasion représentait une suite logique dans notre politique de sponsoring.»

100 000 francs pour être sur le casque

Cependant, le partenariat avec le skieur bagnard s'est établi sur un package de quatre courses. En cause: le prix du sponsoring annuel pour s'afficher sur le casque d'un athlète de pointe de Coupe du monde. «Ce sont des montants considérables», concède Pierre-André Gremaud. «Nous avons dû divi-



Justin Murisier et Verbier se sont liés pour quatre courses cet hiver. Deux autres sponsors accompagneront le skieur sur les autres compétitions. KEYSTONE

ser la part en trois (ndlr: les deux autres packages de quatre courses ont également trouvé preneurs).»

Selon nos informations, pour insérer sa marque sur la tête d'un skieur qui joue les premiers rôles, il faudrait déboursé près de 100 000 francs suisses par hiver. «Chaque fois que nous nous sommes renseignés pour se placer sur le casque, les prix demandés étaient bien trop exorbitants», indique Samuel Bonvin, responsable marketing et événements à Crans-Montana dont la station souhaitait pouvoir bénéficier



En France, les ski-clubs et les stations ont davantage d'importance. Il existe même un mercato.”

PATRICE MORISOD
RESPONSABLE ÉVÉNEMENTS ET MANIFESTATIONS DES REMONTÉES MÉCANIQUES DE GRIMENTZ-ZINAL

de la popularité grandissante de son champion du monde Luca Aerni.

Un dossard pour Luca Aerni

La tête est la seule partie du corps pour laquelle les athlètes suisses ont le libre choix de leur sponsoring. Les autres emplacements étant dévolus aux partenaires de Swiss-Ski et de la FIS, la place sur le front devient logiquement onéreuse. «On ne peut s'aligner», continue Samuel Bonvin. «C'est dommage de ne pas considérer la région d'où vient un sportif. L'athlète a plus d'attachement à sa station qu'à une voiture. Mais cela reste du business.» Pour trouver un peu de visibilité dans le Cirque blanc, Crans-Montana profite différemment de l'image de Luca Aerni. «Selon notre partenariat, Luca utilise sa communication pour parler de la station à travers les interviews et ses posts sur les réseaux sociaux.» A l'entraînement, le slalonneur arbore un dossard avec le nom de la station.

Aucune subvention comme en Autriche

Si les destinations du canton ne se bousculent pas au portillon pour sponsoriser leurs athlètes qui s'affirment sur la Coupe du monde de ski alpin, leurs voisines italiennes et françaises s'exposent en nombre sur la tête de leurs skieurs. «En France, les ski-clubs et les

80%», poursuit Patrice Morisod. «En Suisse, il faut se débrouiller seul. Il est impossible d'avoir des crédits ou emprunter à taux nul. Du coup, nous n'avons pas assez de marge pour investir massivement dans le marketing et encore moins sur des individualités sportives. Il y a d'autres priorités.»

Un manque de visibilité sur les supports de la FIS

Justin Murisier se dit «fier» de son partenariat avec Verbier, «d'autant plus que c'est la seule station à réaliser cette démarche». Toutefois, le skieur bagnard comprend que les autres stations ne désirent pas investir, connaissant le manque de visibilité important sur les supports numériques de la FIS. «La fédération possède un site internet et une application qui ne sont que successions de résultats. Il n'existe rien où tu peux revoir une course. Les sponsors ne veulent pas payer pour ne pas être vus.»

La FIS n'avance pas avec son temps, selon le skieur valaisan. «Il y a un moyen de faire mille choses, notamment avec de la vidéo instantanément disponible. Les jeunes ne regardent plus la télévision et sont sur leur tablette. Cela fonctionne dans d'autres sports. Si le ski alpin venait à être plus médiatisé sur les nouveaux outils de communication, les athlètes seraient plus sur la scène et les sponsors se tireraient la bourre pour s'y associer.»

Les stations valaisannes seraient-elles alors peut-être plus enclines à poser quelques billets pour davantage de visibilité? Rien n'est moins sûr.

Comment les stations choisissent leurs sportifs

Loin ou proche de la Coupe du monde de ski, les stations de ski valaisannes n'hésitent pas à soutenir divers athlètes locaux. Verbier Promotion surfe notamment depuis plusieurs années sur la mode du freeride et du VTT. Outre Justin Murisier, sa principale tête d'affiche est la spécialiste de snowboard et de wingsuit Géraldine Fasnacht. «Notre politique de sponsoring s'articule autour d'athlètes qui habitent la région», mentionne Pierre-André Gremaud. Seule exception, le pilote de moto Tom Lüthi, qui a pris depuis tout petit l'habitude de passer ses vacances sur les hauteurs bagnardes. De son côté, Crans-Montana dénombre dix ambassadeurs dans les domaines sportif et culinaire. Ceux-ci sont répartis en trois catégories. Tout d'abord les top ambassadeurs qui sont représentés par Pat Burgener et Luca Aerni. Ensuite, les nouveaux talents, comme Aurélien et Louis Coubès. Et enfin, les athlètes liés à la création de contenus, que ce soit en

diffusant l'image de la station sur les réseaux sociaux ou en développant des infrastructures pour leur discipline comme Derek Wedge (Crashed Ice) ou Séverine Pont-Combe (ski-alpinisme). «Les personnes que nous soutenons doivent être originaires de Crans-Montana ou s'y entraîner», explique Samuel Bonvin. «Elles doivent également se montrer disponibles pour promouvoir notre station à l'occasion. Par exemple, grâce à Pat Burgener, l'équipe de Suisse de halfpipe est venue s'entraîner chez nous l'année dernière.» La contrepartie financière s'élève entre 2000 et plusieurs dizaines de milliers de francs par an selon les athlètes. Zinal-Grimentz sponsorise également quelques skieurs dont Camille Rast et Amaury Genoud. «Le contrat ne dépasse pas quelques milliers de francs», mentionne Patrice Morisod. «Mais les sportifs se tiennent à disposition pour deux ou trois journées de représentation.» JT

Valais/Wallis Promotion reste en retrait

Le Sud-Tyrol en Italie, le Tyrol ou encore le Salzbuger Land en Autriche s'affichent régulièrement en Coupe du monde aux côtés de leurs skieurs. Il n'en est rien encore dans notre contre, puisque Valais/Wallis Promotion n'a jusqu'ici jamais réalisé de sponsoring sportif. «Nous concentrons nos investissements dans la promotion de notre région par d'autres moyens de communication», relève Damian Constantin, directeur de Valais/Wallis Promotion. VWP met toutefois ses athlètes en exergue en leur consacrant des reportages dans son magazine semestriel «Valais». Nico Hirschier, Mélanie Meillard, Amélie Reymond et Jean-Yves Michellod ont ainsi été à l'honneur lors du dernier numéro. Des collaborations ponctuelles sont également menées par l'intermédiaire des médias sociaux lors de grands événements. «Nous avons réalisé des «Facebook Live» avec Steve Morabito dans le cadre de l'étape du Tour de France à Emosson et avec Luca Aerni après sa victoire aux championnats du monde.»

La stratégie de marketing de l'organe cantonal du tourisme ne devrait pas changer dans les prochaines années auprès des athlètes d'élite. Toutefois, des discussions sont en cours avec Ski Valais pour d'éventuelles futures collaborations. JT