

LES RETOMBÉES TOURISTIQUES DES JEUX OLYMPIQUES D'AUJOURD'HUI

Jean-Loup Chappelet

ESKA | « Entreprises et histoire »

2018/4 n° 93 | pages 90 à 104

ISSN 1161-2770

ISBN 9782747228725

Article disponible en ligne à l'adresse :

<https://www.cairn.info/revue-entreprises-et-histoire-2018-4-page-90.htm>

Distribution électronique Cairn.info pour ESKA.

© ESKA. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

LES RETOMBÉES TOURISTIQUES DES JEUX OLYMPIQUES D'AUJOURD'HUI

par Jean-Loup CHAPPELET

Professeur honoraire de management public
Université de Lausanne, Institut de Hautes Études en Administration Publique
(IDHEAP)

L'organisation de Jeux olympiques est un privilège que les grandes villes du monde se disputent. Si les candidatures sont longues, difficiles et nécessitent souvent de lourds investissements, les villes candidates espèrent souvent accroître leur attractivité touristique et promettent en conséquence d'importants profits. À partir de données historiques, Jean-Loup Chappelet nous exhorte cependant à modérer les attentes quant aux retombées touristiques des Jeux olympiques, et propose de revoir la manière d'évaluer ces mêmes retombées.

Au tournant du XX^e siècle, les Jeux olympiques d'été comme d'hiver comptent parmi les rassemblements réguliers les plus importants – sinon les plus importants – qu'on puisse organiser dans une ville ou une région en termes notamment de nombre de participants, qu'ils soient directement impliqués dans son déroulement ou simples spectateurs, touristes ou médias¹. Les Jeux sont redevenus ce qu'ils étaient à l'apogée de la civilisation hellénique : un grand rendez-vous qui dépasse largement les compétitions sportives qui s'y tiennent². Les Jeux modernes attirent, en effet, aujourd'hui plusieurs milliers d'athlètes, entraîneurs et officiels, mais aussi plusieurs millions de spectateurs, supporters et curieux sur leur durée, soit plus d'un mois si on compte les Jeux paralympiques qui ont lieu à leur suite, plus ou moins dans les mêmes lieux. Un grand nombre de ces officiels et visiteurs

peuvent être considérés comme des touristes, au sens de la définition de l'Organisation Mondiale du Tourisme³, car ils passent au moins une nuit sur place. Il existe aussi sans doute des « excursionnistes olympiques » ou des « spectateurs non-résidents » qui ne viennent dans la ville hôte que pour la journée (sans y prendre une chambre d'hôtel), mais ils sont statistiquement difficiles à cerner. Les résidents ont sûrement un effet sur l'industrie touristique locale, mais il est généralement considéré qu'il serait équivalent si les Jeux n'avaient pas lieu dans leur ville car leurs « dépenses olympiques » (par exemple des repas sur les sites) se feraient néanmoins dans la ville (à moins que les Jeux ne les fassent fuir hors de la région olympique ce qui diminuerait alors leur impact économique, par exemple sur les restaurants et autres attractions locales. Voir la section suivante).

¹ M. Roche, *Mega-events and Modernity: Olympics and Expos in the growth of global culture*, Londres, Routledge, 2000.

² J.-L. Chappelet, « L'autre face des Jeux olympiques de Rio », *Le Temps*, 19 août 2016.

³ Organisation Mondiale du Tourisme, Comprendre le tourisme: Glossaire de base, *site internet de l'OMT* : <http://media.unwto.org/fr/content/comprendre-le-tourisme-glossaire-de-base> (consulté le 15 avril 2018).

Une des principales raisons invoquées depuis les années 1980 pour justifier l'organisation des Jeux est que des retombées touristiques importantes et positives sont générées par l'événement, notamment après les Jeux. Quand et comment cette raison est-elle apparue au cours du XX^e siècle, et comment s'articule-t-elle avec d'autres raisons d'organiser les Jeux ? Quelles retombées touristiques olympiques peut-on attendre, et comment les mesurer ? Quelles ont été les expériences de quelques villes olympiques récentes, aussi bien pour les Jeux d'hiver que d'été ?

Pour répondre à ces questions sur la base de l'expérience de l'auteur, qui a mené un projet européen sur ce sujet⁴ et a participé à plusieurs candidatures olympiques⁵, l'article montrera d'abord que des retombées touristiques positives sont invoquées pour promouvoir l'organisation des Jeux depuis les années 1980 (section 1). Puis il découpera le projet d'organisation des Jeux olympiques en trois phases (avant, pendant et après les Jeux) et précisera ce qu'on peut entendre par retombées touristiques, tout en proposant des indicateurs pour mesurer ces retombées durant chacune de ces trois phases (section 2). La section 3 sera consacrée à la présentation de quelques indicateurs disponibles et insuffisants sur quatre Jeux récents. En conclusion, la mise en place d'un observatoire *ad hoc* du tourisme olympique sera proposée.

Curieusement, jusqu'à la somme de Mike Weed *Olympic Tourism*, publiée en 2008, il y a eu, comme le souligne cet auteur⁶, très peu de littérature scientifique sur ce thème qui combine études du tourisme et études olympiques. Mais son ouvrage (comme il le rappelle page 207) se concentre sur la nature et l'étendue du tourisme olympique au travers

de chapitres généraux et d'études de cas des Jeux d'hiver et d'été de 2000 à 2012. Cet article, au contraire, s'intéresse particulièrement aux retombées économiques du tourisme olympique au tournant du siècle dernier et à leur mesure aujourd'hui, ainsi qu'aux raisons touristiques invoquées par les villes voulant organiser les Jeux.

1. LA MOTIVATION TOURISTIQUE OLYMPIQUE

Les Jeux olympiques d'été et d'hiver sont probablement les plus grands événements médiatiques qu'une ville peut organiser, avec la Coupe du monde de football, mais qui elle met en avant un pays tout entier plutôt qu'une ville et sa région. Ils attirent des milliers de journalistes, photographes, et autres personnels des médias qui en font le reportage dans le monde entier. Ce reportage touche des milliards de personnes sur la quinzaine olympique et un peu avant ou après.

Le tableau 1 indique les villes olympiques récentes, leurs pays et le nombre de candidatures soumis au vote final du CIO (Comité international olympique) pour en désigner une.

Le nombre de candidatures aux Jeux olympiques a beaucoup varié au fil du temps. Il était en hausse dans les années 1990-2005 alors qu'il est en forte baisse plus récemment⁷. Les raisons d'organiser l'événement ont évolué avec les époques. Une fois passées les premières éditions des Jeux (dès 1896), la montée en puissance du sport et de la construction concomitante d'installations sportives par les villes dans l'entre-deux-guerres a constitué une puissante motivation

⁴ Projet SENTEDALPS (Sports Event Network for Tourism and Economic Development of the Alpine Space), 2004-2006.

⁵ J.-L. Chappelet, *Le rêve inachevé ou les candidatures de Sion aux Jeux olympiques d'hiver*, Chavannes-près-Renens, Étude de cas IDHEAP, 2000.

⁶ M. Weed, *Olympic Tourism*, Amsterdam, Elsevier, 2008, p. XI.

⁷ J.-L. Chappelet, « L'avenir des candidatures olympiques », *Jurisport, la revue juridique et économique du sport*, n° 177, juillet-août 2017, p. 42-45.

Tableau 1 : Villes olympiques des quarante dernières années (1984-2024)

Nombre de candidates*	Ville élue (hiver), année (pays)	Ville élue (été), année (pays)	Nombre de candidates*
3	Sarajevo 1984 (Yougoslavie)	Los Angeles 1984 (États-Unis)	1
3	Calgary 1988 (Canada)	Séoul 1988 (Corée)	2
6	Albertville 1992 (France)	Barcelone 1992 (Espagne)	5
4	Lillehammer 1994 (Norvège)	Atlanta 1996 (États-Unis)	6
5	Nagano 1998 (Japon)	Sydney 2000 (Australie)	5
4	Salt Lake City 2002 (États-Unis)	Athènes 2004 (Grèce)	5
5	Turin 2006 (Italie)	Pékin 2008 (Chine)	4
3	Vancouver 2010 (Canada)	Londres 2012 (Royaume-Uni)	5
3	Sotchi 2014 (Russie)	Rio 2016 (Brésil)	4
3	Pyeongchang 2018 (Corée du sud)	Tokyo 2020 (Japon)	3
2	Pékin 2022 (Chine)	Paris 2024 (France)	1-2

*soumises au vote final du CIO (après pré-sélection). Source : CIO : www.olympic.org

pour les villes candidates. C'est aussi à cette période que les villes prennent conscience des retombées touristiques potentielles au vu de la médiatisation de plus en plus importante des Jeux. Les Jeux de Berlin, organisés en 1936 par l'Allemagne Nazie, ont notamment démontré l'impact politique que pouvait avoir l'organisation de l'événement⁸. Le sens des Jeux change alors et peut devenir l'occasion de promouvoir l'image d'une région (Los Angeles pour vanter les charmes de la Californie du sud⁹), d'un pays (« le renouveau français » pour Paris 2024), le retour d'un pays dans le « concert des nations » (Rome 1960, Tokyo 1964, Munich 1972) ou encore l'accession à

un certain statut international (Mexico 1968, Séoul 1988, Pékin 2008, Rio 2016)¹⁰.

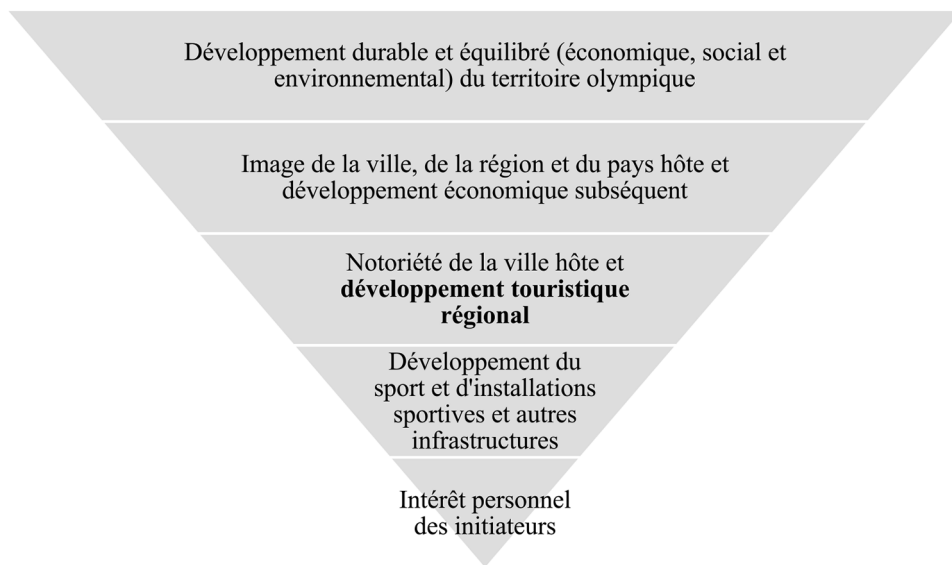
Ces tendances promotionnelles varient d'une ville olympique à l'autre, d'un souci motivé par un développement plutôt touristique (par exemple, Montréal 1976, Lake Placid 1980) à une préoccupation plutôt géopolitique (Moscou 1980, Sarajevo 1984). Le développement économique de la région hôte devient essentiel à partir des années 1990¹¹ (Barcelone 1992, Albertville 1992) et se transforme progressivement vers l'idéal d'un développement durable qui veut équilibrer les dimensions économique, sociale et environnementale (Lillehammer 1994, Londres 2012) quand l'environnement est

⁸ De nombreux travaux existent sur les JO de 1936. Pour un exemple récent voir : J. Prieur, *Berlin : Les Jeux de 36*, Paris, La Bibliothèque, 2017.

⁹ D. Pieroth, « Los Angeles 1932 », in J. E. Fielding et K. D. Pelle (eds.), *Encyclopedia of the Modern Olympic Movement*, Westport (CT), Greenwood Press, 2004, p. 95-103.

¹⁰ Pour une synthèse sur les enjeux des JO voir : P. Clastres, *Les Jeux olympiques. Un siècle de passion*, Paris, Les quatre chemins, 2008. Des études spécifiques existent sur l'organisation de nombreuses éditions. Voir en particulier : T. Terret (dir.), *Les Paris des Jeux olympiques de 1924*, Biarritz, Atlantica, 2007 ; D. Maraniss, *Rome 1960: The Olympics That Changed the World*, New York, Simon & Schuster, 2008 ; K. Schiller et C. Young, *The 1972 Munich Olympics and the Making of Modern Germany*, Berkeley, University of California Press, 2010 ou encore J. Parks, *The Olympic Games, the Soviet Sports Bureaucracy and the Cold War. Red Sport, Red Tape*, Lanham, Lexington Books, 2017.

¹¹ Par exemple : M. de Moragas et M. Botella (dir.), *The key to success, the social, sporting, economic and communications impact of Barcelona '92*, Barcelone, CEOE, 1999.

Figure 1 : Raisons invoquées aujourd'hui pour rationaliser une candidature olympique

déclaré troisième dimension de l'olympisme (avec le sport et la culture) lors du Congrès olympique de 1994 à Paris¹².

Aujourd'hui, les initiateurs d'une candidature doivent de plus en plus rationaliser les raisons pour lesquelles une candidature se justifie, tant vis-à-vis du CIO, qui élit la ville hôte, que de sa population qui est systématiquement consultée par sondages (comme le demande le CIO dans son processus de candidature depuis les années 2000) ou, de plus en plus souvent, par *referenda* plus ou moins contraignants (une douzaine ont été tenus dans diverses villes potentiellement candidates depuis les années 2010)¹³. La figure 1 esquisse la hiérarchie de ces raisons

qui peuvent se résumer en une pyramide inversée, de la raison la plus triviale (intérêt personnel des initiateurs) à la plus sophistiquée (développement durable pour les générations actuelles et futures, à partir des années 1990, quand cette notion se popularise¹⁴ et est adoptée par le CIO¹⁵). Le développement touristique régional se positionne au centre de la pyramide et inspire des raisons plus élevées liées au développement économique, puis durable, notamment au travers d'un tourisme responsable (économiquement et socialement intéressant pour le territoire, tout en protégeant son cadre naturel).

Toute candidature démarre, en effet, à partir de « l'idée », souvent mythifiée¹⁶, de

¹² Anonyme, « Congrès Olympique du centenaire », *Revue Olympique*, n° 322, octobre 1994.

¹³ Notamment : Vancouver 2010, Cracovie 2022, Québec 2022, Munich 2022, Oslo 2022, Saint-Moritz 2022 et 2026, Innsbruck 2026, Sion 2026 et Calgary 2026 pour les Jeux d'hiver ; Vienne 2024, Hambourg 2024, Boston 2024 pour les Jeux d'été. Budapest a retiré sa candidature pour les Jeux de 2024 de peur d'un referendum négatif. Des *referenda* positifs ont été tenus pour Sion 1976, 2002 et 2006 sans que cette ville soit élue.

¹⁴ Au sommet de la terre de Rio de Janeiro organisé en 1992 par les Nations Unies.

¹⁵ Voir : CIO, Commission Sport et Environnement, *Agenda 21 du Mouvement olympique*, Lausanne, CIO, 1999.

¹⁶ Par exemple la « célèbre » rencontre, en 1981, autour d'une raclette dans un restaurant de Val-d'Isère du triple champion olympique, Jean-Claude Killy, et du président du Conseil général de Savoie, Michel Barnier, pour lancer la candidature d'Albertville 1992. Voir : G. Million et P. Révil, *Que la fête commence*, Albertville, Pont-du-Diable, 1991, p. 7.

quelques initiateurs disposant d'un bon réseau et qui arrivent à convaincre progressivement des responsables politiques locaux, régionaux et nationaux. Ces initiateurs sont parfois issus des milieux sportifs, mais souvent aussi de milieux industriels ou touristiques qui y voient un potentiel d'affaires et de médiatisation non négligeable, même au simple niveau d'une candidature. Cet intérêt pour le sport – passion généralement peu controversée – s'accompagne d'un intérêt à voir se construire/rénover des installations sportives ou des infrastructures générales porteuses de chantiers lucratifs pour des entrepreneurs de travaux publics et/ou d'aura politique pour les politiciens locaux qu'y s'y associent. Ainsi, une des raisons avancées pour la candidature réussie d'Albertville 1992 était de réaliser des infrastructures routières (et autres) susceptibles de réduire les embouteillages homériques que connaissaient chaque année l'accès des stations de la Tarentaise (en Savoie) lors des vacances de neige¹⁷. De même, le maire de Londres déclare, en 2005, qu'il soutient la candidature de sa ville aux Jeux de 2012 non pas pour des raisons sportives, mais parce qu'elle prévoit la réhabilitation longtemps différée du très pollué Est londonien, grâce à ce qui deviendra un nouveau quartier modèle de la capitale britannique : le Parc olympique Reine Elisabeth.

Dans les années 1990, les initiateurs se rendent rapidement compte qu'il ne suffit pas de penser aux sportifs et aux futurs bénéficiaires de ces projets urbanistiques. Ils pensent alors à justifier les Jeux par la notoriété qu'ils peuvent apporter à la ville dans un marché touristique saturé¹⁸. L'argument que des touristes viendront désormais plus facilement dans la ville olympique semble évident car elle

sera désormais plus facilement située « sur la carte » par des touristes potentiels¹⁹. Cet argument est surtout vrai pour les villes hivernales. Qui connaissait Calgary, Lillehammer ou Pyeongchang avant que ces assez petites villes n'organisent respectivement les Jeux d'hiver de 1988, 1994 et 2018 ? La question de la notoriété est beaucoup moins importante pour les (grandes) villes d'été. Athènes, Londres et Paris étaient bien connus avant d'organiser les Jeux. Par contre, le maintien voire le développement d'une bonne attractivité pour des touristes reste important dans un contexte de concurrence vive entre destinations urbaines. Il en va de même pour la Tarentaise qui possède une des plus grandes concentrations de stations au monde, toujours à la recherche de nombreux touristes, alors qu'Albertville n'était qu'un nœud routier (souvent encombré) sans ambition touristique.

L'argument touristique est souvent mis en avant notamment pour les régions de montagne qui veulent développer la saison hivernale, et aussi car il semble *a priori* positif. Mais, comme nous le verront, il peut se révéler négatif si trop de touristes affluent (voir plus loin le cas de Barcelone). Par contre, il ne peut pas à lui seul convaincre une population car, même si le secteur est économiquement important dans beaucoup de territoires potentiellement olympiques, il ne concerne pas toute la population. Autrement dit, tout un chacun ne bénéficie pas directement des retombées potentielles du tourisme s'il ne travaille pas dans ce secteur. C'est pourquoi d'autres arguments qui concernent l'ensemble de la population sont avancés à partir des années 1980 et peuvent néanmoins avoir un effet sur le tourisme, notamment celui de la notoriété et de l'image puis, au-delà, de la protection de

¹⁷ *Ibid.*, p. 6.

¹⁸ L'argument n'est pas nouveau puisqu'il a déjà été utilisé lors du lancement des fêtes d'Unspunnen (dès 1805) – aussi connues sous l'appellation de Jeux alpestres – qui réunirent des lutteurs, tireurs et autres « bergers » pour des compétitions dans ce village de l'Oberland bernois, une région de Suisse qui commence à recevoir de nombreux touristes dès le début du XIX^e siècle. À ce sujet voir : E. Hertz et alii, *Politiques de la tradition, le patrimoine culturel immatériel*, Lausanne, PPUR, 2018, p. 67.

¹⁹ H. H. Hiller, « Mega-events, urban boosterism and growth strategies », *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 24, n° 2, mars 2003, p. 439-458.

l'environnement, du développement durable pour les générations actuelles et futures.

L'image d'une destination olympique peut résulter d'une certaine notoriété, mais surtout d'un bon déroulement des Jeux. Certaines éditions ont sans doute abîmé l'image internationale d'une ville, voire d'un pays (par exemple, Rio 2016 et le Brésil, Sotchi 2014 et la Russie) à cause d'une accumulation de reportages négatifs à l'approche des Jeux ; alors qu'au moment de la candidature (2008-2009), le Brésil était vu comme un pays émergent prometteur et qu'il semblait naturel que la Russie organise des Jeux d'hiver (quoique dans une station estivale). Cette image négative peut avoir des conséquences économiques néfastes plus générales. Mais il est possible que l'accueil des Jeux soit un facteur d'implantation d'entreprises – y compris touristiques – (et donc de génération d'emplois) dans la ville olympique, parmi beaucoup d'autres facteurs comme le prix des terrains, la fiscalité, les aides publiques, etc. Des études seraient nécessaires dans ce domaine pour savoir, par exemple, combien d'entreprises se sont implantées dans un territoire olympique après les Jeux. Il a été démontré que le simple fait d'être candidate (sans obligatoirement être désignée) permettait d'augmenter les exportations du pays d'environ 30%²⁰. Cette retombée inattendue est généralement attribuée à l'effet de signal de dynamisme que donnerait une candidature (même non réussie) et *a fortiori* une organisation réussie.

Finalement, à partir du milieu des années 1990, la protection de l'environnement, puis le développement durable, pas seulement économique, mais aussi social tout en respectant

l'environnement, sont devenus des leitmotifs de beaucoup de candidatures et d'organisations olympiques²¹. Le CIO lui-même affirme dans la Charte olympique, à partir de 1996, que son rôle doit être « d'encourager et soutenir une approche responsable des problèmes d'environnement, de promouvoir le développement durable dans le sport et d'exiger que les Jeux Olympiques soient organisés en conséquence »²². Ces préoccupations n'étaient pas mentionnées au moment de la candidature d'Albertville mais, à la suite de manifestations populaires importantes lors du déroulement de ces Jeux, en 1992, le respect de l'environnement est devenu un thème important à partir des Jeux de Lillehammer 1994²³. Au début du XXI^e siècle, la durabilité est devenue un thème dominant pour justifier une organisation des Jeux qui doivent désormais promettre un développement économique, mais aussi social, pour la population tout en limitant les dégâts possibles à la nature, notamment du fait des installations et infrastructures à construire.

Ces motivations, résumées par la pyramide inversée de la figure 1, résultent de l'observation par l'auteur de nombreuses candidatures et organisations d'événements sportifs à partir des années 1990, notamment dans le cadre d'un projet européen sur des événements sportifs organisés dans l'arc alpin²⁴. Cette pyramide a été adaptée pour les Jeux afin de tenir compte de l'observation de plusieurs candidatures olympiques, notamment en Suisse celles de Sion 2002, 2006 et 2026 qui ont vu le souci de la durabilité devenir central, même si la motivation touristique et d'image reste importante et peut participer d'un développement économique et durable²⁵.

²⁰ A. K. Rose et M. M. Spiegel, « The Olympic Effect », *The Economic Journal*, vol. 121, n° 553, juin 2011, p. 652-677.

²¹ J.-L. Chappelet, « Olympic Environmental Concerns as a Legacy of the Winter Games », *International Journal of the History of Sport*, vol. 25, n° 14, décembre 2008, p. 1884-1902.

²² Règle 2.13 de la Charte en vigueur au 15 décembre 2017.

²³ Comme le montrent, par une analyse des documents de candidatures olympiques de 1956 à 2016, l'étude de B. Leopkey et M. Parent : B. Leopkey et M. M. Parent, « Olympic Games Legacy: From General Benefits to Sustainable Long-Term Legacy », *The International Journal of the History of Sport*, vol. 29, n° 6, avril 2012, p. 929-930.

²⁴ J.-L. Chappelet (dir.), *Guide de candidature à des événements sportifs pour responsables politiques et administratifs*, Projet SENTEDALPS, Chavannes-près-Renens, IDHEAP, 2005.

²⁵ J.-L. Chappelet, *Le rêve inachevé*, op. cit.

Nous allons maintenant étudier comment mesurer l'ampleur de ces retombées touristiques, durant les trois phases principales de l'organisation des Jeux.

2. MESURER LES RETOMBÉES TOURISTIQUES

Depuis les années 1980, les Jeux olympiques sont attribués sept (parfois six) ans à l'avance par un vote des membres du CIO. Le tableau 1 donne les résultats de votes récents. En fait, entre la date du vote et l'ouverture des Jeux, il ne se déroule que six années pleines (ou cinq si les Jeux ont été attribués six ans à l'avance). Mais les villes désignées ont souvent été candidates plusieurs années avant leur élection, voire plusieurs fois sans succès pour des éditions précédentes. On peut donc estimer cette période « avant les Jeux » à 8-9 années minimum.

La période des Jeux eux-mêmes est beaucoup plus courte. *Stricto sensu* les Jeux durent 17 jours, de la cérémonie d'ouverture à la cérémonie de clôture, même si quelques compétitions ont lieu avant l'ouverture officielle. Ils sont suivis, environ deux semaines après la clôture, par les Jeux paralympiques (10-12 jours) qui ont lieu dans la même ville ou région depuis 1992. Mais la « période olympique » commence avec l'ouverture du village olympique pour les athlètes jusqu'à la fermeture du village paralympique. Cette période « pendant les Jeux » (dénommé « *Games Time* » par les organisateurs) dure donc environ deux mois.

Après la période olympique, viennent plusieurs années qui servent au COJO (Comité

d'organisation des Jeux olympiques) à solder ses affaires, publier un rapport officiel, boucler ses comptes, se dissoudre, etc. Cette période dure deux à trois ans jusqu'aux prochains Jeux quadriennaux. Au-delà de cette période, il est très difficile d'attribuer des retombées sur la ville ou région olympique aux seuls Jeux (et même avant) car toutes sortes d'autres facteurs d'influence peuvent intervenir, notamment en matière de tourisme (cours de la devise locale, disponibilité des hôtels, accessibilité des transports, climat économique extérieur, terrorisme, épidémie, événement politique, etc.).

En tout, on peut donc estimer la durée totale du projet olympique à 10-12 ans, soit 8-9 ans avant, 2 mois pendant et 2-3 ans après. L'identification de ces périodes « avant », « pendant » et « après » les Jeux est importante car les retombées (supplémentaires) dues aux « touristes olympiques » sont, comme on va le voir, différentes selon les périodes²⁶. (La question de l'éventuel héritage touristique à long terme des Jeux – au-delà des douze années olympiques – n'est pas traitée ici.)

Tout d'abord, qui peut-on qualifier de « touristes olympiques » (TO) ? Il s'agit avant tout des officiels (juges-arbitres des différentes disciplines, dirigeants divers, représentants des sponsors, etc.), la plupart non-résidents, qui se rendent dans la ville olympique pour préparer et organiser les compétitions et autres manifestations liées (avant et surtout pendant les Jeux). Il s'agit ensuite des spectateurs non-résidents des compétitions, y compris les invités des sponsors, et les volontaires non-résidents²⁷ (pendant) et, finalement, de simples visiteurs et curieux qui ne résident pas dans le territoire olympique et n'achètent pas de billets (un peu avant, pendant, puis après).

²⁶ J. R. Gold et M. M. Gold, *Olympic Cities, City Agenda, Planning and the World's Games, 1896-2012*, Londres, Routledge, 2007.

²⁷ Les Jeux d'été utilisent environ 60 000 volontaires, et ceux d'hiver 20 000, pour gérer le flux de visiteurs dans et autour des sites olympiques. La plupart sont résidents du territoire olympique. Une part difficile à estimer sont dits « volontaires internationaux » (environ un millier). Ils sont hébergés par le COJO ou, de plus en plus, se prennent en charge eux-mêmes. Ce ne sont pas des « touristes » au sens habituel du terme puisqu'ils travaillent bénévolement, mais ils peuvent être qualifiés de « touristes olympiques » car ils contribuent un peu aux retombées touristiques.

On exclue généralement les résidents du calcul des retombées supplémentaires s'ils restent dans le territoire olympique, car ils sont réputés y engendrer des retombées similaires à celles qu'ils auraient provoqués s'il n'y avait pas eu de Jeux. L'argent qu'ils consacrent, par exemple, à acheter un billet olympique aurait sans doute été dépensé autrement dans le territoire pour leurs loisirs. On ne doit donc, économiquement parlant, considérer que les retombées dues aux non-résidents. Par contre, les résidents qui quittent le territoire olympique pendant les Jeux – par exemple pour fuir les inconvénients potentiels (embouteillages, augmentation des prix, etc.) – provoquent une baisse des retombées au profit des lieux où ils séjournent, au détriment du territoire olympique si on ne considère que les retombées positives²⁸.

Que peut-on ensuite entendre par retombées touristiques supplémentaires ? Selon les trois grandes catégories du développement durable, on peut distinguer les retombées économiques, sociales et environnementales des touristes olympiques (voire des excursionnistes sans nuitée sur place). Nous allons maintenant croiser ces trois grands types de retombées avec les trois grandes périodes identifiées durant les dix-douze années olympiques.

Une donnée de base de toute mesure sérieuse des retombées nécessite de connaître le plus précisément possible le nombre de nuitées générées par les touristes olympiques durant les trois périodes. Cet indicateur est aujourd'hui difficile à obtenir du fait de nombreux hébergements hors de l'offre hôtelière classique (Airbnb et autres plateformes communautaires, campings, camps spéciaux, résidences privées, notamment religieuses, etc.) On sait toutefois que le CIO exige aujourd'hui du COJO de mettre à disposition à un tarif raisonnable (prédéfini dans le contrat dit de

« ville hôte » entre le CIO, le CNO, la Ville et le COJO²⁹) 41 000 chambres pendant les Jeux d'été et 23 000 pendant les Jeux d'hiver. Ces chambres sont utilisées par les officiels olympiques (avec parfois un accompagnant). Ils occupent largement l'offre hôtelière du territoire (notamment en chambre quatre et cinq étoiles) sauf dans les très grandes villes comme Londres, Paris ou Tokyo qui sont largement dotées en hôtels.

Pour suppléer à l'habituel manque de chambres, des paquebots sont parfois ancrés dans le port pendant les Jeux quand cela est possible (récemment, à Barcelone 1992, Athènes 2004, Rio 2016). Leurs cabines sont généralement réservées pour des non-officiels, plutôt pour de riches touristes olympiques. Pour mémoire, les athlètes (11 000 aux Jeux d'été et 3 000 aux Jeux d'hiver) et leur entourage direct (respectivement 5 000 et 2 000) sont logés aux frais du COJO dans le village olympique principal ou dans des villages secondaires. Ils contribuent peu aux retombées touristiques économiques, sauf au travers de leurs dépenses autres que le logement et les repas pris aux villages. Les personnels des médias (près de 28 000 à Rio et 14 000 à Pyongchang 2018) utilisent, à leur frais, des villages médias ou les hôtels disponibles. Ils contribuent donc pleinement aux retombées touristiques.

En revanche, si ces officiels et médias saturent l'offre d'hébergement pendant les Jeux, ils délaissent les autres composantes de l'offre touristique habituelle comme les restaurants, spectacles et musées. Il en va de même des spectateurs qui délaissent l'offre d'attractions habituelles pour le « spectacle olympique » pour lequel ils ont acheté des billets. Ainsi, au début des Jeux de Londres 2012, le premier ministre britannique éprouva le besoin de déclarer officiellement que la ville était ouverte comme à l'accoutumée car

²⁸ H. Preuss, « The Economic Impact of Visitors at Major Multi-Sports Events », *European Sport Management Quarterly*, vol. 5, n° 3, septembre 2005, p. 283-303.

²⁹ Voir par exemple les contrats de ville hôte (principes et exigences opérationnelles) pour Pékin 2022 et Paris 2024 qui sont disponibles sur le site internet du CIO : www.olympic.org (consulté le 10 novembre 2018).

elle avait, jusque-là, expérimenté des baisses de fréquentation importantes dans ses attractions habituelles (comédies musicales, cafés, monuments, etc.)³⁰.

En dehors de la période olympique de deux mois, il est encore plus difficile de connaître le nombre de touristes qui viennent dans la ville olympique avant ou après les Jeux *et* à cause des Jeux. On sait cependant que, dans plusieurs cas, des villes olympiques ont vu leur nombre de touristes baisser avant les Jeux sans doute à cause de travaux préparatoires qui découragent des touristes potentiels (habituels ou nouveaux) ou fait éviter la ville olympique par les tour operators³¹.

Ce qui reste, de toute façon très difficile à estimer pour les périodes avant et après les Jeux, est de savoir si les touristes visitant la ville olympique peuvent être qualifiés d'« olympiques », c'est-à-dire s'ils sont attirés dans la ville parce qu'elle organisera ou a organisé les Jeux. Avant l'événement, ces touristes olympiques sont sans doute très peu nombreux (sauf bien sûr les quelques centaines d'officiels qui préparent la venue de plus de 200 équipes et des 45 disciplines présentes aux Jeux d'été, et qui viennent souvent plusieurs fois sur place avant). Après l'événement, la ville peut bénéficier temporairement de l'effet d'une nouvelle notoriété et souvent de la bonne image olympique qui peut attirer certains visiteurs³². Mais la plupart des touristes seront sans doute plutôt attirés, sur le long terme, par le rapport qualité-prix de l'offre et les caractéristiques propres de

la ville (monuments, musées, fêtes, etc.) et d'autres facteurs non-olympiques

Ainsi la ville de Barcelone a doublé de nombre annuel de ses touristes dans les vingt ans qui ont suivi les Jeux de 1992 (passant de 1,7 million en 1990 à 3,4 millions en 2001)³³. Mais ce doublement est-il dû aux Jeux ou à d'autres facteurs comme des liaisons aériennes bon marché avec toute l'Europe, une offre d'hôtels moins chère qu'ailleurs à qualité égale, la construction d'un terminal portuaire pour paquebots, etc. ? Certes, la bonne image des Jeux a sûrement incité des sociétés privées à investir dans cette ville plus que dans une autre, mais sans ces importants investissements post Jeux (par des investisseurs privés qui ont profité d'un certain effet de levier, au-delà de tout budget olympique public) l'offre touristique de Barcelone n'aurait pas été concurrentielle avec d'autres offres touristiques en Espagne ou ailleurs. Il serait intéressant de comparer la fréquentation touristique de Barcelone avec d'autres villes espagnoles (comme Séville qui accueillit l'Exposition universelle de 1992) ou Bilbao (et son musée Guggenheim ouvert en 1997). Par ailleurs, beaucoup de Barcelonais estiment que la ville reçoit désormais trop de touristes, ce qui affecte leur qualité de vie³⁴.

L'image olympique est certes forte, mais s'estompe rapidement après les Jeux et doit être accompagnée d'autres mesures (comme des campagnes publicitaires) ou investissements (notamment hôteliers) pour attirer des touristes supplémentaires. Avant les Jeux, elle a tendance à repousser les visiteurs qui

³⁰ J. Chapman et H. Duncan, « Deserted London 2012: Shops, theatres and businesses all empty as visitor levels fall by a third over fears of Games travel chaos », *Daily Mail*, 30 July 2012: www.dailymail.co.uk/news/article-2181313/Deserted-London-2012-Shops-theatres-businesses-visitor-levels-fall-THIRD-fears-Games-travel-chaos.html.

³¹ Voir par exemple: Foundation for Economic and Industrial Research Research, *The Impact of the 2004 Olympic Games on the Greek Economy*, Athènes, 2015, p. 60. Ce rapport montre que le nombre d'arrivées de touristes à l'aéroport d'Athènes (principale porte d'entrée du pays) a décliné de 2001 à 2004 (année des Jeux) pour ensuite remonter de 2004 à 2007.

³² Il s'agit de l'effet dit « intermezzo » mis en évidence pour la première fois à la suite des Jeux d'hiver 1994 par O. Spilling : O. Spilling, « Beyond Intermezzo? On the Long-Term Industrial Impacts of Mega-Events: The Case of Lillehammer 1994 », *Festival Management & Event Tourism*, vol. 5, n° 3, septembre 1998, p. 101-122.

³³ J.-L. Chappelet, *Jeux olympiques: Raviver la flamme*, Lausanne, PPUR, 2016, p. 114.

³⁴ Anonyme, « Le tourisme de masse étouffe Barcelone », *Courrier International*, 26 juin 2018.

ne sont pas obligés de se rendre dans la ville pour préparer les Jeux (effet dit d'éviction). Et, pendant les Jeux, la ville est pleine d'officiels, de spectateurs et de volontaires non-résidents, qui chassent les visiteurs habituels. La principale retombée touristique pourrait donc éventuellement se matérialiser après les Jeux, s'ils sont utilisés comme levier par des investisseurs³⁵.

D'un point de vue économique, le nombre de nuitées donne une approximation du nombre de touristes olympiques (TO) en divisant ce nombre par la durée moyenne de séjour (en jours). On peut approximer le nombre de TO en décomptant les arrivées à l'aéroport de la ville ou de la région et en identifiant ceux qui y viennent pour les Jeux (par questionnaire par exemple). En plus de leurs chambres, ces touristes consomment sur place. Ils peuvent aussi acheter des billets pour une ou plusieurs compétitions olympiques. La dépense journalière moyenne des touristes olympiques et le nombre de billets vendus à des non-résidents seront donc des indicateurs intéressants pour estimer les retombées économiques touristiques. Ces données peuvent être obtenues approximativement par sondage durant la période olympique (dépense moyenne) ou auprès du COJO (billets vendus à des non-résidents).

D'un point de vue social, les touristes vont se faire une opinion de la ville olympique et probablement la communiquer à des connaissances via des discussions, des mentions sur les réseaux sociaux, des photos/vidéos, etc. Ce « *buzz* » est très difficile à mesurer. Des articles de presse ou des émissions radio-télévisées peuvent les influencer positivement ou négativement à visiter la ville et la région olympique. Il est plus facile de recenser ces reportages et leur teneur dans les médias traditionnels (radio, télévision et journaux). L'important nombre de personnes directement ou indirectement impliquées (collaborateurs

du COJO ou de ses mandataires, ainsi que les volontaires) sont rarement des touristes, mais plutôt des résidents. Leurs avis peuvent néanmoins constituer une retombée sociale à prendre en compte car ils sont « le visage des Jeux » pour la plupart des touristes olympiques non-résidents.

D'un point de vue environnemental, les touristes se sont déplacés et ont donc causé des retombées en termes de gaz à effet de serre (notamment du fait de voyages en avion) proportionnelles à l'éloignement de leur résidence et à leur nombre. Ils provoquent aussi dans la ville hôte une augmentation de la consommation d'eau et d'énergie, ainsi que des quantités de déchets pendant les deux mois olympiques. Ces retombées sont très difficiles à mesurer, mais incontestables³⁶. Elles peuvent être dans une certaine mesure limitées ou évitées, par exemple en favorisant les transports en commun (compris dans le prix du billet).

Le tableau 2 résume les indicateurs mentionnés ci-dessus. Le nombre total de nuitées par phase est un indicateur basique, mais insuffisant (car certains TO restent plusieurs jours, dépensent plus ou moins, achètent ou non des billets, viennent de plus ou moins loin, etc.). De plus, il varie considérablement selon les phases. Il peut être complété par le nombre d'arrivées à l'aéroport principal si des statistiques (si possible mensuelles) sont disponibles.

3. COMMENTAIRES SUR QUELQUES STATISTIQUES ET PRÉDICTIONS SUR LA PÉRIODE CONTEMPORAINE

À notre connaissance, les indicateurs du tableau 2 n'ont jamais été systématiquement recueillis pour mesurer l'impact touristique de Jeux olympiques du passé. Nous examinons

³⁵ L. Chalip, « The tourism agencies' and local business actors' perspective », in M. M. Parent et J. L. Chappelet (dir.), *Handbook of Sports Event Management*, Londres, Routledge (paperback edition), 2017, p. 248-266.

³⁶ P. Chaix (dir.), *Les Jeux Olympiques de 1924 à 2024*, Paris, L'Harmattan, 2018 (voir notamment la deuxième partie).

Tableau 2 – Matrice d'indicateurs pour mesurer les retombées touristiques olympiques

Données de base ↓	Type de retombées → Périodes olympiques ↓	économique	sociale	environnementale
<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de nuitées TO (par des officiels non-résidents) • Arrivées aux aéroports principaux 	Avant (8-9 ans)	<ul style="list-style-type: none"> • Dépense/jour 	<ul style="list-style-type: none"> • Reportages positifs/négatifs 	<ul style="list-style-type: none"> • Km parcourus • Kg de déchets • Litres d'eau sup. • Énergie locale
<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de nuitées TO (par des officiels, spectateurs, volontaires, visiteurs non-résidents) • Arrivées aux aéroports principaux 	Pendant (1-2 mois)	<ul style="list-style-type: none"> • Dépense/jour • Billets vendus à des non-résidents • Volontaires 	<ul style="list-style-type: none"> • Articles positifs/négatifs • Reportages radio/télévisés • Audience globale 	<ul style="list-style-type: none"> • Km parcourus • Kg de déchets • Litres d'eau sup. • Énergie locale
<ul style="list-style-type: none"> • Nombre nuitées TO (par des visiteurs non-résidents) • Arrivées aux aéroports principaux 	Après (2-3 ans)	<ul style="list-style-type: none"> • Dépense/jour • Guides touristique mentionnant la ville olympique • Nouvelles chambres d'hôtel 	<ul style="list-style-type: none"> • Articles et reportages positifs/négatifs • Commentaires sur réseaux sociaux • Notoriété • Image 	<ul style="list-style-type: none"> • Km parcourus • Kg de déchets • Litres d'eau sup. • Énergie locale

ci-dessous quelques indicateurs touristiques qui ont été recueillis et sont (encore) disponibles grâce à la littérature ou à des offices statistiques bien organisés, ainsi que les prédictions pour Paris 2024. Il ne s'agit que de quatre cas particuliers récents, mais qui illustrent bien la difficulté de mesurer les retombées touristiques olympiques. Deux cas concernent les Jeux d'hiver et deux les Jeux d'été. Ils sont présentés chronologiquement et concernent différents niveaux de territoires olympiques (station, ville, pays).

Nagano 1998

La station japonaise d'Hakuba était une des cinq communes qui accueillait des

épreuves olympiques des Jeux de Nagano, en 1998 (diverses disciplines du ski). Après les Jeux, le nombre de visiteurs de la station augmenta légèrement pendant deux ans pour décroître dès 2000 dans le contexte général du constant déclin du nombre de skieurs dans cette station d'environ 2,8 millions en 1991 (à la suite de la bulle du ski des années 1980 au Japon) à environ 1 million en 2011 (en passant par environ 1,3 million l'année des Jeux)³⁷. Contrairement aux attentes, ces Jeux d'hiver n'entraînèrent donc pas d'augmentation du nombre de visiteurs dans la station, notamment à cause de la mise en service d'un train à grande vitesse entre Tokyo et Nagano qui permet aux habitants de la capitale japonaise de faire l'aller-retour dans la journée (comme

³⁷ H. Nakamura et N. Suzuki, « Reinterpreting Olympic legacies: the emergent process of long-term post-event strategic planning of Hakuba after the 1998 Nagano Winter Games », *International Journal of Sport Policy and Politics*, vol. 9, n° 2, février 2017, p. 311-330.

Tableau 3 : Passagers internationaux arrivés à Londres et leurs dépenses 2005-2016

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Arrivées (mio.)	13.89	15.59	15.34	14.75	14.21	14.71	15.29	15.46	16.81	17.40	18.58	19.06
Dépenses (£ mia.)	6.86	7.82	8.19	8.13	8.24	8.74	9.41	10.07	11.50	11.83	11.92	11.87

Source: International Passenger Survey (<https://data.london.gov.uk/dataset/number-international-visitors-london>).

excursionnistes sans nuitée et non comme touristes). Eventuellement, les Jeux freinèrent juste le déclin du nombre de skieurs. Face à cette situation, Nagano réorienta plusieurs années après les Jeux sa stratégie promotionnelle vers les skieurs étrangers (notamment Européens et Australiens, plutôt qu'Asiatiques) tout en améliorant la qualité de ses hôtels et son accueil (grâce à des investissements supplémentaires). Il en résulta des taux de croissance du nombre de nuitées moyen de 22,8% de 1999 à 2014, très supérieurs à ceux de communes de la région, y compris non olympiques, et de la ville de Nagano elle-même³⁸. Ce cas montre l'importance des investissements supplémentaires qui ne sont pas dus aux COJO pour bénéficier après les Jeux de l'effet de levier olympique (marketing innovant, amélioration de l'offre, réseaux renouvelés, campagne nationale concomitante), sans que cela soit une preuve absolue de leur efficacité puisque d'autres facteurs ont pu jouer dans cette croissance.

Londres 2012

Les Jeux olympiques et paralympiques d'été 2012 se sont déroulés dans la capitale britannique à l'apogée de sa saison touristique (fin juillet-début septembre). Le tableau 3 – établi par l'Office britannique de statistiques – donne le nombre annuel d'arrivées de passagers internationaux à Londres de 2005 (année d'attribution des Jeux) à 2016

(12 ans plus tard) et le montant global de leurs dépenses. On voit que ces deux nombres sont en constante augmentation annuelle après les Jeux (et même entre 2005 et 2011). Mais cela est-il dû aux Jeux de Londres 2012 ? On peut en douter car Londres est une des premières destinations touristiques au monde (avec Paris) et elle possède beaucoup d'autres attraits qu'olympiques, même si le Parc olympique Reine Elisabeth est devenu un nouveau lieu de visite. De plus, la ville et le parc ont organisé d'autres événements sportifs importants depuis (comme les championnats du monde de cyclisme sur piste 2016 et d'athlétisme 2017). Il est vrai que l'objectif touristique ne faisait pas partie des objectifs d'héritage (*legacy promises*) fixés en 2008 par le Gouvernement britannique, sauf de façon très générale ainsi formulée : « Démontrer que le Royaume-Uni est un lieu créatif, inclusif et accueillant pour y vivre, le visiter et y faire des affaires »³⁹. On regrette ici l'absence de statistiques plus fines, par mois, par destination finale, par motifs de visite, etc.

Rio 2016

Le tableau 4 donne le nombre annuel de touristes étrangers arrivés dans l'ensemble du Brésil de 2010 (une année après l'attribution des Jeux) à 2017 (une année après leur tenue). Ces nombres sont en hausse constante (sauf en 2015, année intermédiaire entre la Coupe du monde de football 2014 sur l'ensemble du

³⁸ *Ibid*, p. 319.

³⁹ Department of Culture Media and Sport, *London 2012 Olympic and Paralympic Games impacts and legacy evaluation framework*, 2008, p. 58) : www.gamesmonitor.org.uk/files/DCMS_Olympic_Evaluation_final_report.pdf (consulté le 1^{er} février 2018).

Tableau 4 : Nombre de touristes arrivés au Brésil, 2010-2017.

Années	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Arrivées	5,2	5,4	5,7	5,8	6,4	6,3	6,5	6,6

Source : <http://riotimesonline.com/brazil-news/rio-business/foreign-tourism-in-brazil-grows-4-8-percent-in-2016-with-olympics> et <http://riotimesonline.com/brazil-news/rio-business/brazil-received-record-number-of-international-tourists-in-2017>.

Brésil et les Jeux de 2016, essentiellement à Rio). En 2016, près de 60 000 chambres d'hôtel étaient disponibles à Rio. Pendant les Jeux, l'État de Rio a enregistré l'arrivée record de 572 961 visiteurs étrangers, notamment grâce à la levée de l'exigence de visas pour les Américains, Japonais et Australiens. Les touristes étrangers auraient injecté cette année-là US\$ 6,2 milliards dans l'économie brésilienne contre US\$ 5,84 milliards en 2015⁴⁰.

Mais ce record n'a pas duré. Selon l'Association brésilienne de l'industrie hôtelière, 16 hôtels ont fermé leurs portes à Rio depuis la fin des Jeux, notamment dans le quartier très périphérique du parc olympique de Barra où étaient logés surtout des officiels⁴¹. Cela serait dû à un regain de violence après la relative accalmie de la période olympique, et surtout à l'absence totale de campagne de marketing pour capitaliser sur la vague olympique, faute de fonds disponibles auprès des pouvoirs publics exsangues après l'organisation des Jeux. Il est amusant de noter que l'Office du tourisme argentin profita de la période olympique pour faire une campagne d'affiches dans les rues de Rio pour attirer des touristes olympiques dans son pays – campagne que l'on pourrait qualifier de marketing pirate (*ambush*).

Par ailleurs, certains observateurs notent qu'environ 6,5 millions de touristes étrangers n'est pas un nombre énorme compte tenu des

attractions extraordinaires du pays, à Rio et ailleurs. Pourtant, même si ces nombres restent faibles, l'index de compétitivité de tourisme du Forum économique mondial pour le Brésil a augmenté régulièrement de la 59^e place en 2007 à la 27^e place en 2017 (sur 136). Là encore, l'effet Jeux est difficile à connaître vu les nombreux autres facteurs intervenus post Rio 2016, comme la chute de la devise locale vis-à-vis du dollar, l'énorme crise économique du Brésil à cette époque qui fit baisser les prix, etc. Par ailleurs, la qualité des statistiques touristiques brésiennes pourrait être améliorée.

Pyeongchang 2018

La Corée du sud dispose de statistiques très précises sur les touristes étrangers (par mois, par nationalité, par genre, par âge, etc.), disponibles de plus via un site Internet. Le tableau 5 donne une idée précise des arrivées à l'aéroport d'Incheon-Séoul, porte d'entrée de l'immense majorité des touristes olympiques, reliée par train à grande vitesse à Pyeongchang où se déroulaient les Jeux, à environ 250 km. Bien que les années 2014 et 2017 (avant les Jeux) aient vues une baisse des arrivées, la tendance des six premiers mois de 2018 (disponibles au moment de la rédaction) semble indiquer une légère augmentation pour 2018, l'année des Jeux. Les années 2019 et suivantes seront intéressantes à surveiller.

⁴⁰ Anonyme, Brazil sees record number of tourists in 2016, boosted by Olympics, *Reuters*, 4 janvier 2017: www.reuters.com/article/us-brazil-tourism/brazil-sees-record-number-of-tourists-in-2016-boosted-by-olympics-idUSKB-N1402A9 (consulté le 7 août 2018).

⁴¹ Anonyme (source AFP), Brésil : Un an après les JO, les hôtels sont vides, *Le Point*, 3 août 2017: www.lepoint.fr/monde/bresil-un-an-apres-les-jo-les-hotels-de-rio-sont-vides-03-08-2017-2147785_24.php (consulté le 10 novembre 2018).

Tableau 5 : Arrivées annuelles à l'aéroport de Seoul-Incheon 2011-2018

2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018 (6 premiers mois)
9 794 796	11 140 028	12 175 550	14 201 516	13 231 651	17 241 823	13 335 758	7 219 374
Variation par rapport à l'année précédente	+ 13,7	+ 9,3	+ 16,6	- 6,8	+ 30,3	- 22,7	+ 6,9 (6 premiers mois)

Source : <https://kto.visitkorea.or.kr/eng/tourismStatics/keyFacts/KoreaMonthlyStatistics/eng/inout/inout.kto>

Toutefois, toutes les arrivées d'étrangers à Incheon-Séoul n'étaient pas liées aux Jeux, notamment en dehors de la période olympique (février-mars 2018). On note, une fois encore, la difficulté de séparer les touristes olympiques des autres. Des analyses plus fines par mois et par nationalité (ce qui permettrait, par exemple, d'estimer le nombre de km parcourus) sont néanmoins possibles grâce au site de la KTO (Korea Tourism Organization). Des statistiques sur les dépenses moyennes de ces touristes ne sont par contre pas disponibles. De telles statistiques devraient être établies puisqu'un des objectifs principaux de la région de Pyeongchang était de développer le tourisme hivernal par rapport à un tourisme estival domestique déjà bien établi. On note, au passage, que le nombre de touristes coréens – qui n'ont bien sûr pas utilisé l'aéroport de Seoul-Incheon – n'est pas connu.

Paris 2024

Nous terminerons cette section par une brève mention des prédictions faites *ex ante* au sujet de l'impact des Jeux à venir de Paris 2024 en matière de tourisme selon la synthèse d'une étude réalisée par le CDES (Centre de droit et d'économie du sport)⁴². Selon cette étude, il y aurait trois impacts principaux des Jeux dus respectivement à l'organisation

proprement dite, à la construction d'installations sportives ou d'autres infrastructures et, finalement, au tourisme. Pour ce dernier impact, l'étude prévoit des retombées économiques de 1,436 à 3,527 milliards d'euro, selon le scénario retenu (bas, moyen ou haut), sans que le nombre de touristes olympiques espéré soit précisé. Il est simplement indiqué que cet impact supplémentaire sera nettement plus fort pendant l'année olympique (2024), qu'avant (2017-2023), même s'il est espéré fort après les Jeux (à un maximum de 1,648 milliards d'euro de 2025 à 2034), peut-être à cause du report d'un voyage parisien qui n'aurait pu se faire pendant l'année olympique. Un modèle d'estimation « original et unique » est invoqué pour avancer ces prédictions mais sans donner de références précises. Par ailleurs aucune comparaison d'une année à l'autre n'est donnée, alors que Paris est déjà une des villes les plus touristiques du monde. L'impact social (par exemple sur la formation aux métiers du tourisme) ou environnemental (empreinte écologique) n'est pas abordé par l'étude. On rappellera que le même CDES, avec la société Keneo, a calculé que 613 000 touristes supplémentaires ont visité la France à l'occasion de l'Euro 2016 de football, ce qui est relativement peu par rapport aux 82,5 millions de touristes qui sont venus en France cette même année⁴³.

⁴² Centre de droit et d'économie du sport (CDES), *Candidature Paris 2024. Étude d'impact* (synthèse), Limoges, 2016, p. 14.

⁴³ CDES et Keneo, *Étude sur l'impact économique de l'Euro 2016*, Paris, Ministère de la ville, de la jeunesse et des sports, 2017. Disponible sur : http://www.cdes.fr/sites/default/files/files/Actualites/2017/Etude%20finale%20%20VF_web1.pdf

CONCLUSION

Cet article suggère comment mesurer l'impact potentiel des Jeux sur le tourisme d'un territoire. Cette mesure est importante vu la centralité de l'argument touristique dans les raisons d'être candidat pour et d'organiser ce méga-événement que ce soit, directement, sur l'économie de l'industrie hôtelière locale ou, indirectement, au travers de la notoriété, de l'image et plus généralement du développement durable espéré du territoire olympique. Il précise les trois principales phases d'organisation des Jeux (avant, pendant et après) sur les 10-12 années du projet olympique et propose des indicateurs pour chacune de ces phases selon les trois dimensions classiques du développement durable (économique, sociale et environnementale).

Bien que les statistiques en matière de tourisme olympique soient en général très limitées et souvent mal interprétées, on voit que les retombées touristiques ne sont pas évidentes à mesurer ou garantir. On constate en général une légère baisse avant les Jeux, dû à un effet repoussoir ou de report, une augmentation l'année des Jeux, notamment due aux officiels olympiques qui remplacent largement les touristes habituels pendant les deux mois olympiques, augmentation qui se poursuit une ou deux années (effet dit *intermezzo*⁴⁴), puis

une baisse lors des années suivantes malgré la notoriété acquise, sans doute due à la forte concurrence entre destinations et, souvent, au manque de promotion additionnelle et spécifique du territoire olympique pour profiter de l'effet de levier des Jeux. Les Jeux seuls ne peuvent faire de miracles (touristiques). Pour en profiter, il faut investir dans une meilleure offre et une promotion adéquate. Par ailleurs, la démonstration rigoureuse de tout effet olympique sur le long terme (au-delà des 10-12 années du projet olympique) est illusoire à cause des multiples facteurs d'influence sur le tourisme qui peuvent impacter l'attractivité du territoire olympique.

Face à ces multiples défis et pour pallier aux incomplétudes constatées, il faut souhaiter que des éditions futures des Jeux – à commencer par celle de Paris 2024 – mettent en place un observatoire *ad hoc* du tourisme olympique. Il servirait à établir des statistiques fiables, faire des comparaisons utiles et inspirer des politiques publiques et des investissements privés afin de bénéficier de l'effet de levier touristique, qui a parfois été utilisé à profit pour certains Jeux du passé, mais qui est souvent oublié dans la frénésie de la mise sur pied du vaste projet olympique et des dépenses afférentes. Ces statistiques doivent être établies au fur et à mesure, voire commanditées pour l'occasion, car après coup elles sont difficiles à recueillir et surtout à financer.

⁴⁴ O. Spilling, « Beyond Intermezzo? », *art. cit.*