

Ambassadeurs d'une région qu'ils font rayonner

SKI ALPIN Plusieurs destinations touristiques ont renouvelé ou sont en passe de signer un nouveau contrat qui les lie aux skieurs valaisans de Coupe du monde. Un investissement qui va dans les deux sens.

PAR GREGORY.CASSAZ@LENOUVELLISTE.CH

En cette période estivale, ils suent en salle de force. Et remettent gentiment leurs skis sur les glaciers. Entre deux séances, les skieurs valaisans de Coupe du monde ont également droit à des rendez-vous avec leurs équipementiers, sponsors et autres partenaires. Parmi eux, les régions touristiques: Hérémence, Verbier, Pays du Saint-Bernard, Crans-Montana ou encore Grimentz-Zinal, Autant de partenaires qui soutiennent Mélanie et Loïc Meillard, Justin Murisier, Daniel Yule, Luca Aerni ou Camille Rast.

«On n'a pas attendu qu'ils soient au sommet pour les soutenir. On les aide depuis 2015», commence Grégory Logean, président de la commune d'Hérémence qui aide Mélanie et Loïc Meillard.



Grâce à leurs résultats, ils permettent le rayonnement de la région d'Hérémence.

GREGORY LOGEAN
PRÉSIDENT DE LA COMMUNE
D'HÉRÉMENCE

«Au départ, c'est un véritable soutien et un encouragement de la commune. On a ce rôle social quand ils sont jeunes. Aujourd'hui, c'est presque l'inverse, dans le sens où ce sont eux, grâce à leurs résultats, qui permettent le rayonnement de la région d'Hérémence», reconnaît-il. «En lisant les articles de presse et en regardant la télévision, tout le monde sait effectivement que ce sont les Meillard d'Hérémence», sourit Ralph Krieger, en charge de leurs affaires.

«C'est toujours très intéressant quand on parle du skieur de La Foully ou du val Ferret dans les médias», corrobore Gaëtan Tornay, directeur du Pays du Saint-Bernard qui soutient Daniel Yule depuis quatre ans, quand le slalomeur n'était pas



Mélanie et Loïc Meillard et la commune d'Hérémence ont renouvelé leur partenariat cet été. Celui-ci portera sur les quatre ans à venir. GCASSAZ/LE NOUVELLISTE

encore le meilleur slalomeur suisse de l'histoire. «Le contrat arrive justement à échéance. Les discussions pour un nouveau partenariat portant sur les quatre prochaines saisons vont être discutées en septembre.»

Présents dans les moments difficiles

Hérémence et la famille Meillard ont, eux, signé un nouveau partenariat pour les quatre prochaines saisons cet été. «On est passés d'une échéance de deux à quatre ans. On leur fait confiance, on croit en eux. Ils servent aussi de modèle pour notre jeunesse. Mélanie, qui a été blessée, a persévéré puis retrouvé le haut niveau. C'est un magnifique exemple», reprend Grégory Logean. «C'est peut-être la différence avec un sponsor purement commercial qui aurait pu décider de ne plus soutenir l'athlète

quand elle/il n'est plus au sommet», complète Ralph Krieger.

Le casque le plus cher

Du côté de Verbier, le soutien à Justin Murisier a aussi été reconduit. Le Bagnard est le seul des skieurs cités à bénéficier de la présence du nom de la région sur son casque, soutien qui apparaît comme le plus cher sur le papier. Le montant? Il peut être estimé à 100 000 francs. «On est quand même un peu en dessous, plutôt dans une fourchette entre 50 et 70 000, sans compter les primes de résultats et autres petits frais que l'on prend en charge», précise Arnaud Walpen, responsable promotion au sein de Verbier Tourisme.

Les acteurs touristiques bagnards n'ont pas attendu non plus de voir Justin Murisier sur le podium en Coupe du monde pour le soutenir. «Le partenariat a commencé il y a trois ans,

à un moment où Justin était en recherche de sponsors. On s'est dit qu'on ne pouvait pas laisser de côté un athlète de son im-



On est dans une fourchette entre 50 000 et 70 000 francs, sans compter les primes de résultats et autres petits frais que l'on prend en charge.

ARNAUD WALPEN
RESPONSABLE PROMOTION DE VERBIER
TOURISME

portance originaire et résident de la région. L'ensemble des acteurs touristiques ainsi qu'une entreprise privée se sont alors mis ensemble pour réunir le budget nécessaire.»

Des jours en retour

A l'instar d'Hérémence et du Pays du Saint-Bernard, Verbier profite de la présence du Bagnard parmi le gratin du cirque blanc pour voir sa destination rayonner. «Il offre une belle visibilité puisqu'il parcourt le monde entier. Avoir un tel ambassadeur est une autre manière de faire de la pub pour la région en plus des campagnes pures de publicité», reprend Arnaud Walpen.

Tous les responsables et autre président de commune disent notamment se retrouver dans les retombées médiatiques. «On voit en effet souvent figurer le nom de Verbier sur son casque ou sa casquette, que ce soit dans les nombreux articles qui lui sont consacrés et les temps d'antenne», apprécie Arnaud Walpen.

En plus des retombées médiatiques, les destinations peuvent



On demande à Daniel (Yule) une certaine visibilité sur les réseaux sociaux. Même si on ne peut pas la chiffrer, elle fait toujours du bien.

GAËTAN TORNAY
DIRECTEUR DU PAYS DU SAINT-BERNARD

aussi compter sur les retours sur les réseaux sociaux des athlètes. «On demande effectivement notamment à Daniel (Yule) une certaine visibilité. Même si on ne peut pas la chiffrer, elle fait toujours du bien», éclaire Gaëtan Tornay.

En contrepartie et dans les contrats qui les lient aux destinations, les athlètes doivent aussi quelques jours à la destination qui les soutient. «On peut lui demander d'être présent deux jours par an pour des séances d'autographes, des entraînements avec des enfants ou des manifestations qui se déroulent dans notre région», ajoute le directeur du Pays du Saint-Bernard.

«En échange de notre aide financière, Luca (Aerni), qui a grandi ici et qui a un lien fort avec Crans-Montana, apparaît dans des capsules vidéos où il raconte «son» Crans-Montana, que ce soient des pistes ou des lieux et activités de la station. On les partage ensuite sur nos réseaux sociaux et lui sur les siens. Luca parle aussi volontiers de Crans-Montana dans les différents articles de presse. On peut aussi l'intégrer à quelques-uns de nos événements quand le calendrier le permet», souligne encore Bruno Huggler, directeur de Crans-Montana Tourisme.

«Golfeur, il a aussi une Hérens. Non, vraiment, Luca est un excellent ambassadeur pour nous.»

Pas une spécialité du ski alpin

Le ski alpin n'est pas le seul sport où les athlètes sont soutenus par des régions ou stations. VTT, freeride, mais aussi snowboard, hippisme, ski-alpinisme, hockey sur glace ou football, autant d'autres disciplines où des régions valaisannes se mettent en avant en sponsorisant des athlètes ou des équipes. Qui ne se souvient pas du fameux maillot de Grasshopper avec son inscription «Leukerbad» sur le maillot, maillot qui a fait le tour d'Europe en Ligue des Champions?

Ou encore Nendaz, qui était notamment le partenaire de Genève-Servette et de Gottéron, tout comme les Portes du Soleil, partenaires du club de hockey genevois. Depuis quelques mois, c'est une autre station, Crans-Montana, qui a signé une collaboration avec le Servette FC en plus de celles avec le FC Sion et Bâle. «Mais on n'est pas présents sur les maillots. Non seulement parce que cela a un coût relativement élevé, mais aussi parce que l'on considère que ce n'est pas la solution la plus efficace. On a donc opté



Loèche-les-Bains sur les maillots de Grasshopper. KEYSTONE/ARCHIVE

pour une autre approche, en faisant venir nos équipes partenaires chez nous dans le cadre de leurs divers camps. On leur propose des activités annexes aussi. Tout cela sera partagé dans les médias et les réseaux, ce qui fait rayonner la région. On est aussi présents visuellement dans des loges et dans les stades, via des logos, mais aussi par une présence physique dans les zones VIP, notamment. Cela nous permet de générer de la valeur ajoutée», confie Bruno Huggler, directeur de Crans-Montana Tourisme.