

Pourquoi les Marseillais raffolent des grands événements sportifs ?

Succès fou pour le beach soccer et le rugby, Vélodrome plein avant la Champion's League

Mille cinq cents personnes à la porte du stade d'été un mardi après-midi. Même pas pour une finale. Même pas pour les stars balbutiantes de l'OM, dont l'entrée en Champion's League rimera malgré tout avec Vélodrome comble demain soir. Les gradins du Prado se remettent à peine de la folie qui les a fait vibrer sur le sable du beach soccer, à la mi-août.

Un succès populaire qui a sans doute pesé au moment d'attribuer à Marseille la Coupe du monde de la discipline en 2008. Un succès qui montre, si besoin était, les soudaines bonnes vibrations qui traversent la ville au moment où se profile un gros événement sportif. *"Il y a en gros deux publics ici. Celui des plages, festif, prêt à s'enthousiasmer et à goûter à tout ce qu'on lui donne. Celui du week-end, plus connaisseur, vrai amateur de compétition. La réunion des deux donne quelque chose d'assez singulier."*

Organisateur des tournois de beach volley, rendez-vous devenus en treize éditions aussi incontournables que l'Open13 de tennis ou le beach soccer, Marc Crousillat a dû s'imposer à domicile avant d'exporter son savoir-faire. Un cocktail sportif de haute volée, d'organisation pointue et de soirées branchées, mais décontractées. *"La clé, c'est marier la compétition et le plaisir, explique Elodie Malatrait, dont l'agence de relations publiques navigue entre beach soccer et volley, Open 13, boxe et OM. Les événements sportifs qui réussissent sont ceux qui font corps avec la ville. Même avec 200 000 spectateurs, l'organisation de The Race a été un échec. En revanche, les succès de Marseille - Cassis ou des mondiaux de pétanque tiennent à la conjugaison fête populaire et haut niveau. Même chose à l'Open 13. Au début, les Marseillais venaient surtout profiter des à-côtés. Depuis la venue de joueurs comme Fédérer ou Nadal, les tribunes sont pleines quatre jours dans la semaine. Comme on joue sur le beautiful people dans les soirées, c'est aussi l'endroit où il faut désormais être vu avec le petit bracelet fluo."*

Le phénomène a été constaté sur les plages du Prado. Quand le soleil chavire en mer derrière les tribunes, que les ballons de foot ou de volley soufflent enfin sur le sable, une fièvre sexy et alcoolisée s'empare des bars et carrés VIP. Pour des fiestas en plein air plus conviviales que les boîtes de nuit, très tendance aussi. *"Cela signifie qu'il faut sans cesse évoluer, anticiper sur les envies d'un public exigeant, que ce soit gratuit ou pas, note Marc Crousillat. Les budgets étant serrés par le fait que les sponsors régionaux ne sont pas nombreux, il ne faut surtout pas s'endormir sur d'éventuels lauriers."*

De leur bureau à la faculté des sciences du sport, à Luminy, les quatre jeunes chefs de projet du Comité local de coordination de la Coupe du monde de rugby en font

l'expérience. Chargés d'animer la ville autour des matches, ils constatent à la fois l'incroyable liesse qui s'empare des trottoirs et des plages - même pour un Italie/Roumanie - et la difficulté de l'appuyer sur du solide. "*Les gens recherchent de l'émotion*", résume prudemment Cédric Baffier, l'un des quatre jeunes mousquetaires de l'événementiel. Rien de plus. Mais c'est un enjeu colossal en termes d'image et d'économie locales.

Par François Tonneau (ftonneau@laprovence-presse.fr)