

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Genève, le 26 mai 2008

Plus de spectateurs aux matchs de football en Suisse et plus de recettes possibles grâce à des prix plus élevés, depuis le passage à la Super League. C'est ce qui ressort d'une étude inédite de la Haute école de gestion de Genève (HEG) sur le changement de formule de la catégorie reine du championnat suisse.

L'étude vise principalement à expliquer les variations du nombre de spectateurs, selon les clubs et sur une durée de 3 ans, pour chacun des matchs de la première division suisse de football. Les chercheurs ont observé les trois championnats qui se sont déroulés entre 2001 et 2004, période pendant laquelle la formule actuelle de la Super League a été instaurée (saison 2003-2004). Ils ont constitué une base de données unique, réunissant le maximum d'informations sur les facteurs pouvant affecter la demande, tels que : prix des places, capacité des stades, retransmissions TV, derbies, météo ou encore degré d'incertitude quant à l'issue du match.

Principaux résultats :

- Le changement de formule du championnat a provoqué une augmentation du public de 16%, en tenant compte de l'effet de tous les facteurs observables qui influencent le nombre de spectateurs.
- Ce n'est pas le prix des billets qui est déterminant pour inciter les spectateurs à se rendre au stade. En effet, sur la période considérée et pour le niveau des prix pratiqués, le nombre de spectateurs réagit faiblement aux variations des prix d'entrée. Une augmentation de 10% du prix des places implique en moyenne une diminution comprise entre 2 et 5% du nombre de spectateurs. Par conséquent, les clubs auraient pu accroître leurs recettes en augmentant les prix.
- Le cas particulier du FC Bâle : ce club se distingue non seulement par le nombre de spectateurs et ses performances sportives en championnat et en Coupe d'Europe, mais également par sa position de monopole, qui lui permet de pratiquer des prix lui permettant d'avoir des recettes plus élevées ;
- Les incertitudes concernant le score final du match et le classement dans le championnat ont un impact clairement positif sur le nombre de spectateurs, indépendamment des autres facteurs.
- Durant la période considérée, la couverture TV n'a pas eu d'impact réellement significatif sur le nombre de spectateurs. Il faut toutefois rappeler que la couverture TV était alors moindre qu'aujourd'hui.

Afin de quantifier l'impact de chaque variable sur le nombre de spectateurs, les auteurs de l'étude ont utilisé des techniques économétriques novatrices dans le contexte de la demande pour des « spectacles vivants ». Ces techniques tiennent non seulement compte de la dimension temporelle des données, mais également de la contrainte de capacité associée à chacun des stades. En effet, comme dans le cas de l'Euro, la demande pour certains matchs dépasse le nombre de spectateurs ayant réellement la chance de pouvoir assister au match.

Plus d'infos :

"**The Demand for Football in Switzerland : An Empirical Estimation**", Andrea Baranzini, José Ramirez et Sylvain Weber. Genève: Haute École de Gestion de Genève, Cahier de recherche HES-SO/HEG-GE/C--08/1/1--CH, Janvier 2008 : http://www.hesge.ch/heg/crag/doc/pub_wp_ab_01012008.pdf

Renseignements supplémentaires :

Andrea.Baranzini@hesge.ch; Jose.Ramirez@hesge.ch; Sylvain.Weber@ecopo.unige.ch