

# CLASSIC

## Meetings labélisés : aubaine ou cadeau empoisonné pour les organisateurs ?

28.06.2019 • athle.ch / Athle

COMMENTAIRE | Pour assurer le standing des meetings européens qui forment la base de notre sport, European Athletics utilise un système de classification pour les ainsi nommés « Permit Meetings ». Divisés en trois groupes, ils permettent aux athlètes de récolter un certain nombre de points dans le nouveau Ranking mondial de l'IAAF et des sous en grimpant sur les podiums. En Suisse, 5 meetings en font depuis cette année partie. Nouveaux venus, les sympathiques AtletiCAGenève (samedi il y a deux semaines) et Résisprint international à La Chaux-de-Fonds (ce dimanche) se posent de sérieuses questions. En stade Chroniques Textes News Genève : en stade Neuchâtel : en stade Récent Photo : (c) Daniel Mitchell Tels sont en 2019 les « Permit Meetings » suisses de European Athletics : « Area Permit Meeting » : Citius Berne « Classic Meetings » : AtletiCAGenève, Résisprint La Chaux-de-Fonds, Gala dei Castelli Bellinzone « Premium Meetings » : Spitzenleichtathletik Luzern Au-dessus du lot, on trouve les deux plus grandes rencontres suisses que sont Athletissima Lausanne et Weltklasse Zürich, qui font tous deux parties de la grande série mondiale de la Diamond League (régie par l'IAAF – et non par European Athletics).

Aguichés par European Athletics via Swiss Athletics, les organisateurs suisses se sont dans un premier temps trouvés honorés de pouvoir être labellisés et intégrés à une série de renom international. Avant de faire la grimace et devoir mettre les bouchées doubles en voyant le cahier des charges, fort d'exigences très coûteuses, tant au niveau du matériel, des installations, du personnel, de la visibilité, de l'intendance, des primes, des contrôles anti-dopage que de la communication. Du jour au lendemain, les budgets des meetings de Genève et La Chaux-de-Fonds se sont par exemple vus contraints de doubler (passer de quelque CHF 50'000.- à plus de CHF 100'000.-).

Ce qui n'est pas une sinécure pour les organisateurs – et va grandement à l'encontre de l'esprit de club et de bénévolat qui fait la force traditionnelle et l'âme de ces rencontres. « European Athletics veut faire de nos meetings de clubs, de villes, des rencontres aux structures continentales », explique René Jacot, Fondateur et Directeur du Résisprint international. « Cette année, nous avons dû faire des efforts exceptionnels. Sans véritable retour sur investissement. Le superbe plateau que nous avons n'est nullement lié à notre label : les premières places sont dotées de trop peu de points pour intéresser vraiment les athlètes.

Si nous avons, à La Chaux-de-Fonds, trouvé plus d'argent, c'est en raison du 40e. L'année prochaine sera beaucoup plus dure », poursuit-il, avant de conclure : « Nous ferons un bilan après cette édition, mais je ne suis pas sûr du tout que resterons dans la série. » Même son de cloche, plus grave, côté AtletiCAGenève : «

Nous avons le plus beau plateau de tous les temps, avant de perdre la majorité de nos meilleurs athlètes, engagés en dernière minute par des meetings infiniment plus lucratifs, en points de rangs et en dollars. C'est injuste, mais on en apprend sur le système ! Nous sommes au-devant d'une grande réflexion en vue de notre prochaine édition », soupire Pablo Cassina, Fondateur et Vice-président du rendez-vous genevois. Le président d'AtletiCAGenève Walter Zecca d'ajouter : « Nous avons l'espoir qu'avec cette reconnaissance internationale des portes allaient s'ouvrir du côté des sponsors et en particulier des sponsors traditionnels de l'athlétisme suisse et européen.

Mais cela s'est avéré bien plus compliqué que prévu. Malgré nos multiples démarches, contacts, relances, nous n'avons pas réussi à aligner le budget escompté. A l'heure du bilan, c'est un comble : c'est le déluge abattu sur le meeting (interruption avant la fin) qui nous permet de faire un exercice équilibré. Sportivement parlant c'est un non-sens et une énorme frustration tant pour les athlètes que pour nous. » L'enjeu est pour toute fédération de transformer son sport en produit commercial attractif pour les annonceurs et diffuseurs nationaux et mondiaux.

Pour ce faire, on n'hésite pas à plaquer des structures toute faites sur sa base vivante portée par l'enthousiasme de ses pratiquants. Quitte à mettre l'enthousiasme à mal. La tendance est d'oublier que l'athlétisme est par nature et tradition le sport mondial par excellence. L'enjeu est de le vendre et valoriser au mieux comme tel. .

Walter Zecco, Président d'AtletiCAGenève. Pablo Cassina, vice-président et fondateur d'AtletiCAGenève avec Mujinga Kambundji. Commentaires commentaires .