

PHILIPPE HOUSIAUX

CEO Dialogic

Agence de Marketing et de Communication



**« Le sport comme vecteur de
déploiements multiples dans des
régions belges »**

Les affres électorales et la complexité institutionnelle

3 élections (2006, 2007, 2009) pour

- 589 communes
- 10 provinces
- 3 Régions
- 3 Communautés
- 1 Etat fédéral

rythmant la vie des fédérations communautaires et/ou nationale

Les porteurs de vision

1. Le « politique »
2. Les fédérations
3. Les initiatives du secteur privé

Les porteurs de vision – Le « politique »

RAISONS

/

Fédéral

Complexité majeure

Affirmation politique
Image internationale

Communautaire et Régional

- Vlaanderen 2002 et 2016 + Bruxelles 2016
- Région wallonne pour le Tour de France et le Giro

Redéploiement économique

Provincial

Province de Luxembourg pour CB VTT 03, 04 + CB route 05

Développement touristique
Projet positif

Communal

- Commune d'Houffalize – Manche Coupe du Monde VTT
- Ville de Charleroi (Spirou / La Villette / Sp. Charleroi / Action 21 / Dauphines / ...)

Les porteurs de vision – Les fédérations

RAISONS

Relance

➤ Athétisme

- CE Indoor Gand 2000
- CM de Cross 2001
- CM semi-marathon 2002
- CM de Cross 2004

Athlétisme pour
Candidatures CM
2005 et 2009

Revalorisation

➤ Football

- Euro 2000 Belgique / Hollande →
candidature CM 2018

*Statut national et
international*

➤ Cyclisme

- CM route 2002
- CM cyclo cross 2002
- CM piste 2003

Les porteurs de vision – Le secteur privé

RAISONS

« City Marketing »

➤ Beach Volley

- Dialogic et Perrier → Championnats de Belgique (11 villes)

Promotion d'un secteur

➤ Tennis

Valorisation d'un site
dans une ville

- Octagone → Proximus Diamond Games
- Octagone → Fed Cup
- Octagone → Open Gaz de France Hasselt

Souvenir moderne

➤ Athlétisme

- Presse / Octagone → Mémorial Ivo Van Damme

La force des études de faisabilité macro-économiques

- Crédibiliser le rôle des fédérations sportives
- Dépassionner le débat (valeurs des investissements >< retours en tous genres >< risques)
- Donner de vrais outils aux garants politiques pour aller au-delà de leur propre longévité
- Influencer divers secteurs économiques
- Permettre une planification politico-sportive (élections politiques >< phases de candidatures et de réalisation)
- Obtenir pour un coût faible le statut de visionnaire politico-sociétal plutôt que celui de partisan

La multiplicité des bonnes raisons à l'organisation d'événements

Politique	Economique	Sportifs
Vision	Confiance dans un pays / Région	Projet pour la fédération
Fête	Accélération d'investissements privés et publics/privés	Recrutement en tous genres
Investissement lourd « rationnel »	Retours en TVA / Accises / ...	Planification pour les meilleurs
Image – Régionale, national, internationale (suivant event)	Mise en exergue de certains secteurs (voyage, horeca, logistique, maintenance, mobilité, ...)	Modernisation des infrastructures
legacy	legacy	Rapprochement avec partenaires
		legacy

Le futur identifié

- le cas « Val de Poix »
- le cas « Velocity »
 - Contexte
 - Atouts
 - projets



Le futur identifié



- | | |
|---------------------------------------|-----------------------------------|
| 1 Velocity
Fietspaviljoen | 14 Leisure - en congres
hotel |
| 2 Informatiecentrum | 15 Euroscop |
| 3 Eddy Merckx
Paviljoen | 16 Mijnschachten-plaza |
| 4 Maasmechelen
Village | 17 Drive-in bioscoop |
| 5 Hoofdpoot
Nationaal Park | 18 Fietsmuseum |
| 6 Knotsgekke
Fietsparcours | 19 Brasserie Musette |
| 7 Verkeerspark voor
Kinderen | 20 Tentoonstellings-
paviljoen |
| 8 Mijn Fietsen | 21 Start & Finish |
| 9 Regionaal
Fietsroutenetwerk | 22 Fietssculpturen |
| 10 BMX-Center | 23 Passantenhaven |
| 11 Mountainbike Expo | 24 Strand |
| 12 Kunstacademie | 25 Velocity
Strandpaviljoen |
| 13 Gerestaureerde
Historische Tuin | 26 Velocity
Openluchtsensaties |

Le triomphe de l'événement management au sein de la stratégie politique – locale, régionale, nationale

Objectifs de l'événement management

Il s'agit de mener une réflexion globale sur la mise en place d'un **calendrier événementiel** (sport et culture) dans une région en tenant notamment compte :

- Des atouts de la Région (tourisme, patrimoine culturel, environnement, ...)
- De la réalité économique de la Région
- Des budgets nécessaires pour mener à bien une politique événementielle de haut niveau
- De l'intérêt de la population dans de tels projets
- Des infrastructures disponibles
- Des retombées macro-économiques d'une telle politique sur la Région (en termes de tourisme, emploi, image, ...)

Réflexion sur l'agenda

- Etude des mécanismes et délais pour obtention de droits pour grandes manifestations sportives
- Définition de critères de sélection d'événements
- Définition d'un premier programme prospectif se basant sur
- Le calendrier existant
- Les événements à candidature disponibles
- Les événements récurrents ou à étapes répondant aux critères de sélection

Les nécessaires évaluations garantissant le long terme

- Observatoires macro-économiques
- Calcul d'audience
- Retour sur investissement
- Etude qualitative communale, régionale, nationale, internationale

La complémentarité « Euranest »

PHASE 1 :

Initiative Province de Luxembourg

Colloque :
« Oser le sport »

Rencontres

PHASE 2

Rencontres entre Régions d'Europe



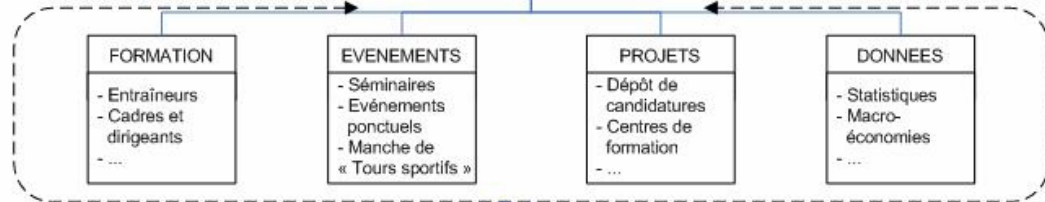
PHASE 3

Expériences communes

Expériences

PHASE 4

Nécessité de partager ces expériences



Partage

PHASE 5

Groupement physique des Régions identifiées à l'occasion des Championnats de Belgique de Cyclisme sur route

Evènement de groupement des Régions

PHASE 6

Intérêt de la création d'une ASBL ayant pour objet l'Association des expériences des Régions d'Europe

ASBL
Association des Régions d'Europe

PHASE 7

Détermination du plan d'actions en fonction des objectifs de chacune des parties

PLAN D'ACTIONS

