



HAL
open science

MaraNantes. Marathon de Nantes, développement territorial et mise en tourisme

Mathilde Plard

► **To cite this version:**

Mathilde Plard. MaraNantes. Marathon de Nantes, développement territorial et mise en tourisme. 2019. halshs-02396555

HAL Id: halshs-02396555

<https://shs.hal.science/halshs-02396555>

Preprint submitted on 6 Dec 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

MARANANTES

Mathilde PLARD, Chercheuse CNRS – UMR 6590 ESO

Site : <https://mathildeplard-observatoirede distances.com>



Marathon de Nantes, développement territorial et mise en tourisme

Tour de France, X Games, Ultra-Trail du Mont-Blanc, Jeux olympiques, Internationaux de Roland-Garros, Natural Games, Lacanau Pro... le lancement d'une compétition sportive internationale est assurément un moyen de développement des territoires, mais encore faut-il s'entendre sur le type de développement auquel on veut parvenir et sur les moyens dont on se dote pour ce faire. Effectivement, si les liens entre sport, tourisme et développement à travers l'événement ont fait l'objet de très nombreuses analyses en sciences de gestion ou en économie – notamment les fameuses études sur les retombées d'un événement qui constituent quasiment un genre à part entière –, il reste des aspects à mieux théoriser au plan social et culturel.

Olivier Bessy et André Suchet, « Une approche théorique de l'événementiel sportif », Mondes du Tourisme [En ligne], 11 | 2015, mis en ligne le 01 décembre 2015, consulté le 09 octobre 2018. URL : <http://journals.openedition.org/tourisme/1023> ; DOI : 10.4000/tourisme.1023

Mots-clés : Événement sportif ; marketing territorial ; patrimonialisation ; marathon de Nantes ; marketing événementiel ; tourisme ; mise en tourisme

Territoire faire-valoir ? Évolution des tracés du Marathon nantais.

Dans le cadre du projet MARANANTES, une réflexion s'engage pour comprendre la nature des relations entre les organisateurs de l'épreuve et le territoire nantais. La manifestation sportive du marathon a connu des évolutions nombreuses depuis sa première édition.

Travail réalisé en 2018 dans le cadre du master 2 Tourisme – Université d'Angers, par Romain Mourant, Margot Pignon-Lailier, Mélanie Piron et Déborah Sarrazin sous la direction de Mathilde Plard (CNRS).



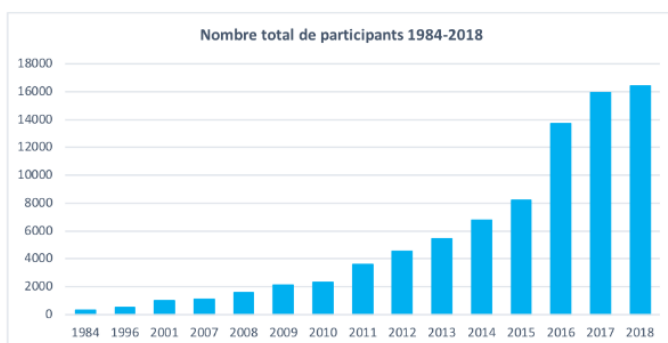
FINISHER NANTAIS

En observant l'évolution du nombre participants au Marathon de Nantes de par épreuves de 1984 à 2018 on observe une progression constante depuis son lancement. Cette tendance se renforce clairement en 2011 lors du lancement de l'épreuve courte sur 10km – les foulées de l'éléphant.

Cette progression souligne le succès d'une stratégie de multiplication des épreuves dans le même évènement. Cette diversification des épreuves permet à un plus large public de se sentir concerné et transforme au fil du temps l'évènement « sportif » en évènement « sportif, festif et populaire ».

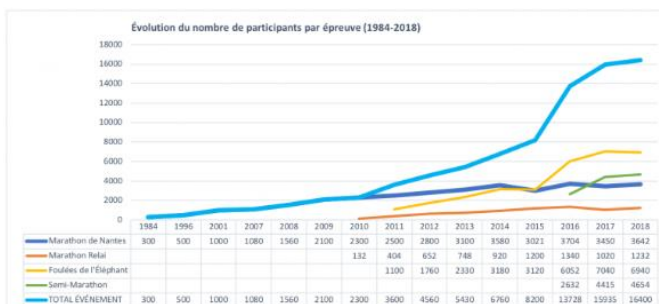
Popularité grandissante et démocratisation

Augmentation considérable du nombre d'inscriptions, et nouveau record pour le marathon de Nantes : plus de 16'000 coureurs pour l'édition 2018.

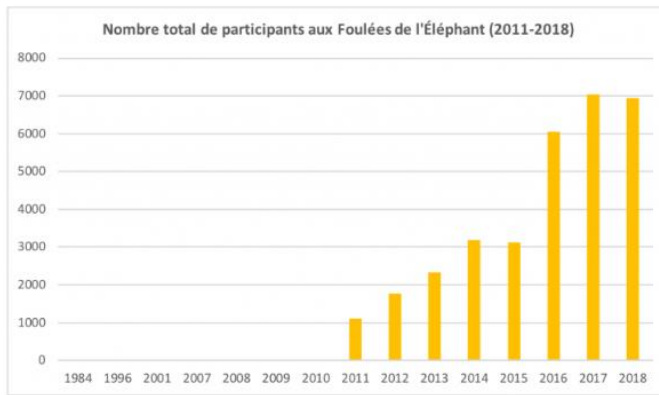


DIVERSITÉ de courses : UNE CLÉ DE SUCCÈS

En multipliant les différentes de catégories d'épreuves de courses à pied, en rendant accessible à différentes clientèles un même évènement, les organisateurs visent le plus grand nombre. Manifestation sportive de masse ? Les marathons sont de plus en plus souvent associés à des épreuves de moindre distance. Cette tendance se confirme à la lecture du graphique ci-dessous qui reprend le nombre de participant.e.s par épreuve et par année. La tendance du nombre total de participant.e.s en bleu clair s'explique principalement par la mise en place en 2011 du 10KM – Les foulées de l'éléphant.

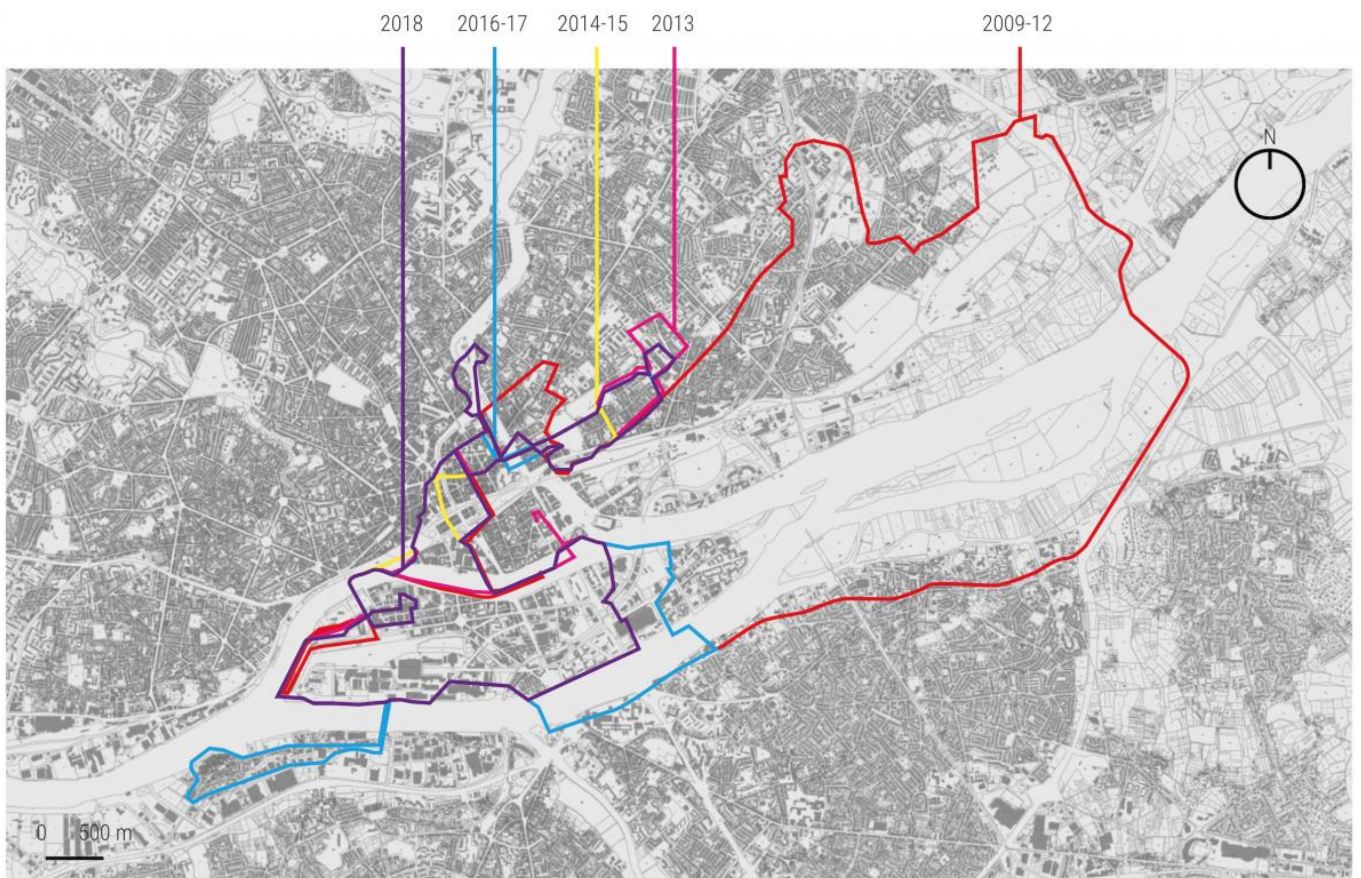


Stratégie de mise en valeur du tourisme évènementiel ou développement évènementiel sportif, le Marathon de Nantes illustre cette volonté de diversifier les épreuves. Le lancement des Foulées de l'éléphant lors de l'édition 2011 du Marathon de Nantes donne une nouvelle dimension à l'évènement.



Auteures : Mathilde Plard et Violaine Guichet, 2019

Evolution du parcours du Marathon de Nantes de 2009 à 2018



Conception et réalisation PLARD, GUICHET 2018

L'ÉVÈNEMENTIEL SPORTIF URBAIN

Le mouvement de masse de la course à pied identifié par Martine Segalen dans son ouvrage *Les enfants d'Achille et de Nike* se confirme tous les ans un peu plus.

« Toujours plus de courses, toujours plus de distances, telles sont quelques-unes des nouvelles caractéristiques de ce sport ».

« Mais aussi toujours plus de fêtes, et une activité commerciale toujours plus soutenue. L'offre n'a cessé de croître tout en se diversifiant dans de multiples directions » (Segalen, 2017, p10).

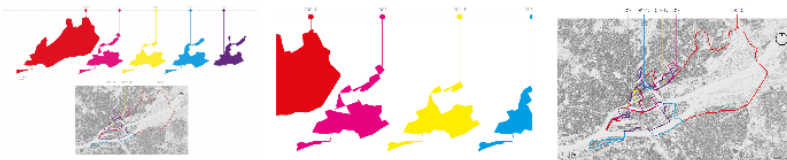


Multiplication des manifestations sportives

« Cette évolution s'inscrit dans un mouvement plus large, celui du développement des événements festifs pour ne pas dire « l'emballage festif et événementiel » (Gravari-Barbas, 2009). D'une part, la ville événementielle s'affirme davantage depuis les années quatre-vingt (Bovy, 2003 ; Chaudoir, 2007). Culturelles, sportives, politiques, commerciales, les grandes manifestations se multiplient tandis que leur public ne cesse de s'amplifier. Inséparable d'une concurrence inter-métropolitaine, l'événementiel, bien qu'éphémère, satisfait par sa force et son caractère exceptionnel une société toujours plus avide de grandiose et d'intensité. D'autre part, depuis les années quatre-vingt, face à une demande croissante, la ville est également entrée dans l'ère du festif (Di Méo, 2005 ; Fournier et al., 2009). Créations ou renaissances, les manifestations festives se multiplient » (Blin, 2012, p.266).

Éric Blin, « Sport et événement festif. La ville à l'heure des marathons et des semi-marathons », *Annales de géographie* 2012/3 (n° 685), p. 266-286. DOI 10.3917/ag.685.0266

L'évolution du nom même laisse à voir des enjeux en termes de tracés et de visibilité, "Marathon de Nantes", puis "Marathon international de Nantes" en 1990, "Marathon Nantes Atlantique" à partir de 1996, "Marathon du Val Nantais" en 2000 pour enfin retrouver son nom d'origine en 2008.



L'évolution des itinéraires de courses souligne la densification de l'événement en coeur de ville. Dans une logique de visibilité il s'agit de donner à voir l'événement, la fête et le défilé d'athlètes.

« Un marathon ou un semi-marathon s'apparente à un immense défilé à travers la ville. Comme il traverse un grand nombre de quartiers, il entraîne plus facilement la ville dans son sillage. Il devient l'occasion d'animer des lieux qui ne sont pas habituellement le théâtre de manifestations d'envergure. » (Blin, 2012, p.276)

MISE EN FÊTE

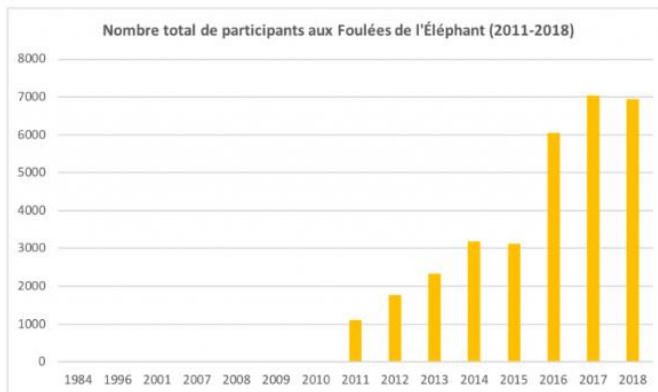
festivisation, un moyen d'attraction et de mise en scène

« Culturelles, sportives, politiques, commerciales, les grandes manifestations se multiplient tandis que leur public ne cesse de s'amplifier. Inséparable d'une concurrence inter-métropolitaine, l'événementiel, bien qu'éphémère, satisfait par sa force et son caractère exceptionnel une société toujours plus avide de grandiose et d'intensité » (Blin, 2012).

RENCONTRE FESTIVE / SPORTIVE / URBAINE LES FOULÉES DE L'ÉLÉPHANT' by Decathlon

« l'emballlement festif et événementiel » Gravari-Barbas M. (2009), La « ville festive » ou construire la ville par l'événement, Bulletin de l'Association des géographes français, n° 3, p. 279-290.

Stratégie de mise en valeur du tourisme événementiel ou développement événementiel sportif, le Marathon de Nantes illustre cette volonté de diversifier les épreuves. Le lancement des Foulées de l'éléphant lors de l'édition 2011 du Marathon de Nantes donne une nouvelle dimension à l'évènement.



Précisément l'épreuve porte le nom du sponsor Decathlon



Foulées de l'éléphant' by Decathlon



2018 – édition record – marque la troisième année de la version nocturne.

« Les Foulées de l'éléphant by Decathlon marquent de nouveau les esprits. 7000 coureurs se sont élancés des Nefs des Machines de l'Île pour 10 kilomètres festifs en bord de Loire autour de l'Île de Nantes. Dantesque et mémorable ! »