

## Stade de Suisse: un avenir économique incertain

**LE «NOUVEAU WANKDORF» À BERNE OUVRE OFFICIELLEMENT SES PORTES LE 30 JUILLET. SON COÛT DE 350 MILLIONS DE FRANCS EN FAIT LE STADE DE FOOTBALL LE PLUS CHER DU PAYS.**

L'investissement nécessaire à la construction du «Stade de Suisse Wankdorf Bern» ont été assurés par les sociétés Coop, Winterthur et Suva. Cet édifice revêt la forme juridique d'une SA, qui contrôle également l'équipe de football de la capitale, les Young Boys.

L'équipe bernoise est soumise à une forte pression non seulement de la part du public mais aussi des actionnaires, dont font partie des personnalités des milieux économiques suisses comme Andy Rihs, Urs Meile et Benno Oertig.

Les actionnaires attendent entre 14'000 et 17'000 spectateurs par rencontre. Une fréquentation qui dépend largement des résultats sportifs du club, 4e au terme du dernier championnat de Super League.

### LE PARC ST-JACQUES DE BÂLE COMME EXEMPLE

Le Parc St-Jacques à Bâle a servi d'exemple aux architectes et promoteurs bernois. Ce stade accueille une trentaine de matchs de football par année mais aussi de nombreuses manifestations sportives ou culturelles. A l'opposé, l'expérience genevoise avec le Stade de Genève, largement sous-utilisé, a fait figure de modèle à éviter.

La mauvaise acoustique du complexe lémanique ne lui permet pas d'accueillir des concerts dans de bonnes conditions. Un groupe d'investisseurs germano-ibérique est néanmoins intéressé à acheter le stade pour la somme de 50 millions de francs.

### IL FAUDRA DU BON FOOTBALL...

A Berne, les Young Boys ont perdu le 16 juillet le premier match disputé sur leur nouvelle pelouse. Ils avaient, il est vrai, affaire à forte partie, puisqu'ils recevaient rien moins que l'Olympique de Marseille, dans le cadre de la Coupe Intertoto. Les Français se sont imposés sur le score de 3 à 2.

De l'avis des experts, un stade comme celui-ci ne peut simplement pas être rentable si l'équipe qui l'habite ne gagne pas. Si le spectacle offert est médiocre, les spectateurs, mais également les clients du complexe, dont l'apport financier est décisif, ne tarderont pas à désertter les lieux.

«Il y a une interdépendance entre le football et le reste du business, explique Peter Jauch, directeur de la firme qui gère le stade. L'un stimule l'autre».

Or, jusqu'ici, les Young Boys n'ont vendu que 8500 abonnements de saison, ce qui est insuffisant. Pour tourner, le stade aura besoin d'au moins 14'000 spectateurs par match.

### ...ET DE GRANDS ÉVÉNEMENTS

Ralph Ammann, chef du marketing du Stade de Suisse, explique que la pelouse n'accueillera guère plus de 25 matchs par année, soit 18 matchs de championnat, quelques matches de coupe et deux ou trois rencontres internationales.

Ce qui signifie que durant 340 jours de l'année, le stade devra vivre sur d'autres événements, sportifs et culturels. Ralph Ammann espère par exemple avoir les Rolling Stones ici l'année prochaine.

Le complexe ne vivra que grâce à cette multifonctionnalité. Coop, qui est un de ses principaux bailleurs de fonds, y ouvrira un magasin en août. Il y aura aussi des boutiques, une école, des salles de conférence et de séminaire, ainsi que de nombreux endroits pour se restaurer ou boire un verre.