



Super League

Création de valeur 2024/25



Table des matières

Mentions légales

Donneuse d'ordre
Swiss Football League, Maulbeerstrasse 10, 3011 Berne

Mandataire
EBP Schweiz AG, Mühlebachstrasse 11, 8032 Zurich

Beat Burri (chef de projet)
Dr. Oliver Hoff (assurance qualité)
Tonio Schwehr (collaborateur scientifique)
Niklaus Strittmatter (collaborateur scientifique)
Josephine Clausen (collaboratrice scientifique)
Miriam Werder (concept de publication)
David Eisenstein, Sophie Baumgartner (graphisme et design)
Julia Guran (relecture)

Haute école de Lucerne – Économie, Institut pour le tourisme et la mobilité ITM, Rösslimatte 48, 6002 Lucerne

Dr. Anna Mehr (enseignante, HSL)
Prof. Dr. Jürg Stettler (directeur de l'institut)

Traduction
Zieltext AG, Rietstrasse 38, 8702 Zollikon

Proposition de citation
EBP, Haute école de Lucerne (2025): La création de valeur des clubs de Super League et de Challenge League 2024/25. Zurich/Lucerne/Berne: EBP, Haute école de Lucerne, Swiss Football League.

Introduction	3
La saison 2024/25 en un coup d'œil	4
Nombre de spectateurs par match	5
Nombre de spectateurs	6
Profil des spectateurs	7
Nuitées	9
Dépenses des spectateurs	10
Chiffre d'affaires par secteur	11
Création de valeur et emploi	12
Aperçu des résultats	13
Bases de données et méthodes	14
Définitions des termes	15

Intro

Dans leurs régions respectives, les clubs professionnels suisses de football sont un facteur économique important. En ce qui concerne les emplois et la création de valeur, ils sont comparables aux entreprises de taille moyenne. Telles sont les principales conclusions de cette étude, réalisée par EBP Schweiz et la Haute école de Lucerne (HSLU) pour la Swiss Football League.

Cette analyse met en lumière l'impact économique des clubs dans leur environnement économique au cours de la saison 2024/25. Elle se base sur les chiffres des clubs, les données d'une vaste enquête auprès des spectatrices et spectateurs et les données d'autres acteurs de l'environnement des clubs. L'étude – la deuxième après celle de 2013/14 – comprend un rapport sur la Super League et un sur la Challenge League, ainsi qu'un rapport sur chacun des 12 clubs de Super League.

Ce rapport porte sur la Super League, qui s'est fortement professionnalisée depuis 2013/14. Avec 12 clubs répartis dans toutes les régions du pays, la ligue la plus élevée façonne l'image du sport suisse. Elle n'est pas seulement synonyme de compétition sportive, mais aussi d'importance économique, d'intégration sociale et de pertinence touristique.

Avec 340'300 joueuses et joueurs licenciés, le football est le sport le plus populaire en Suisse. Les clubs jouent un rôle important dans la vie publique, que l'on soit à la campagne, dans les agglomérations ou en ville. Ils favorisent la cohésion sociale, contribuent de manière importante à l'intégration et créent une expérience communautaire inclusive.

FAIT



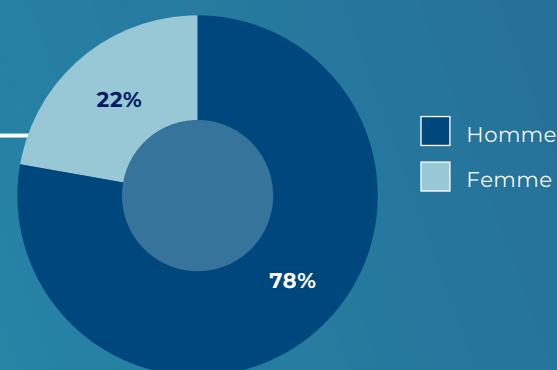
La saison 2024/25 en un coup d'œil

3.2 mio.

billets vendus par les clubs

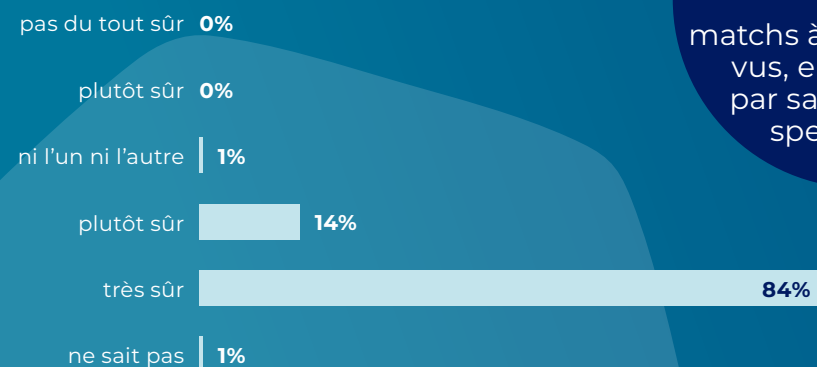
+45%
par rapport
à 2013/14

**22% des specta-
teurs sont des
femmes.**



Sentiment de sécurité dans le stade

Source: enquête auprès des supporters d'EBP et de la HSLU



98%

se sentent en sécurité
dans les stades.



143'000

lits sont utilisés par
les spectateurs.

340'300

joueuses et joueurs
licenciés en Suisse

81.7 mio.

CHF dépensés par les suppor-
ters pour les saucisses, les
boissons et autres

1'292 mio.

CHF de chiffre d'affaires généré par la
Super League

665 mio.

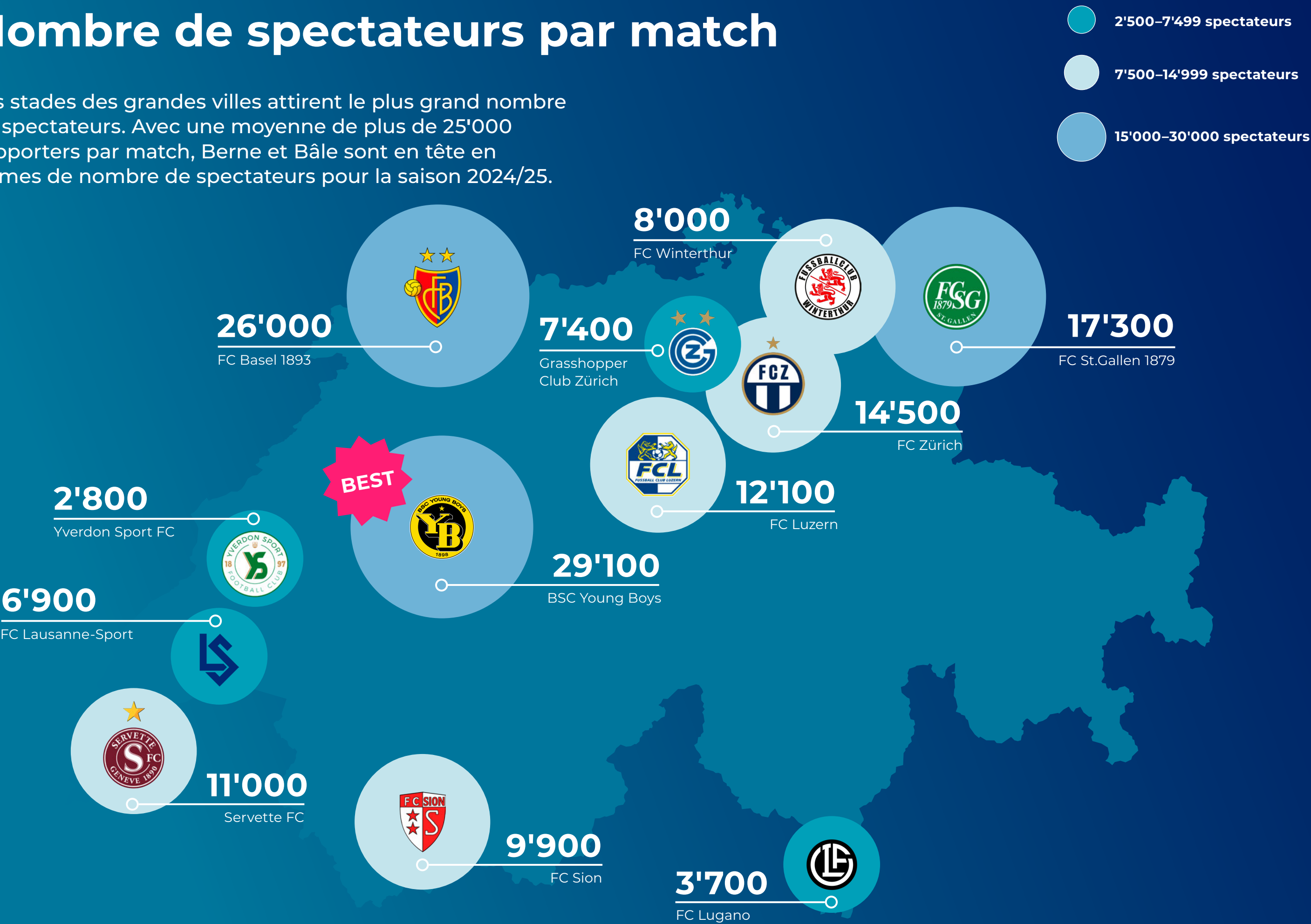
CHF de valeur créée par la
Super League

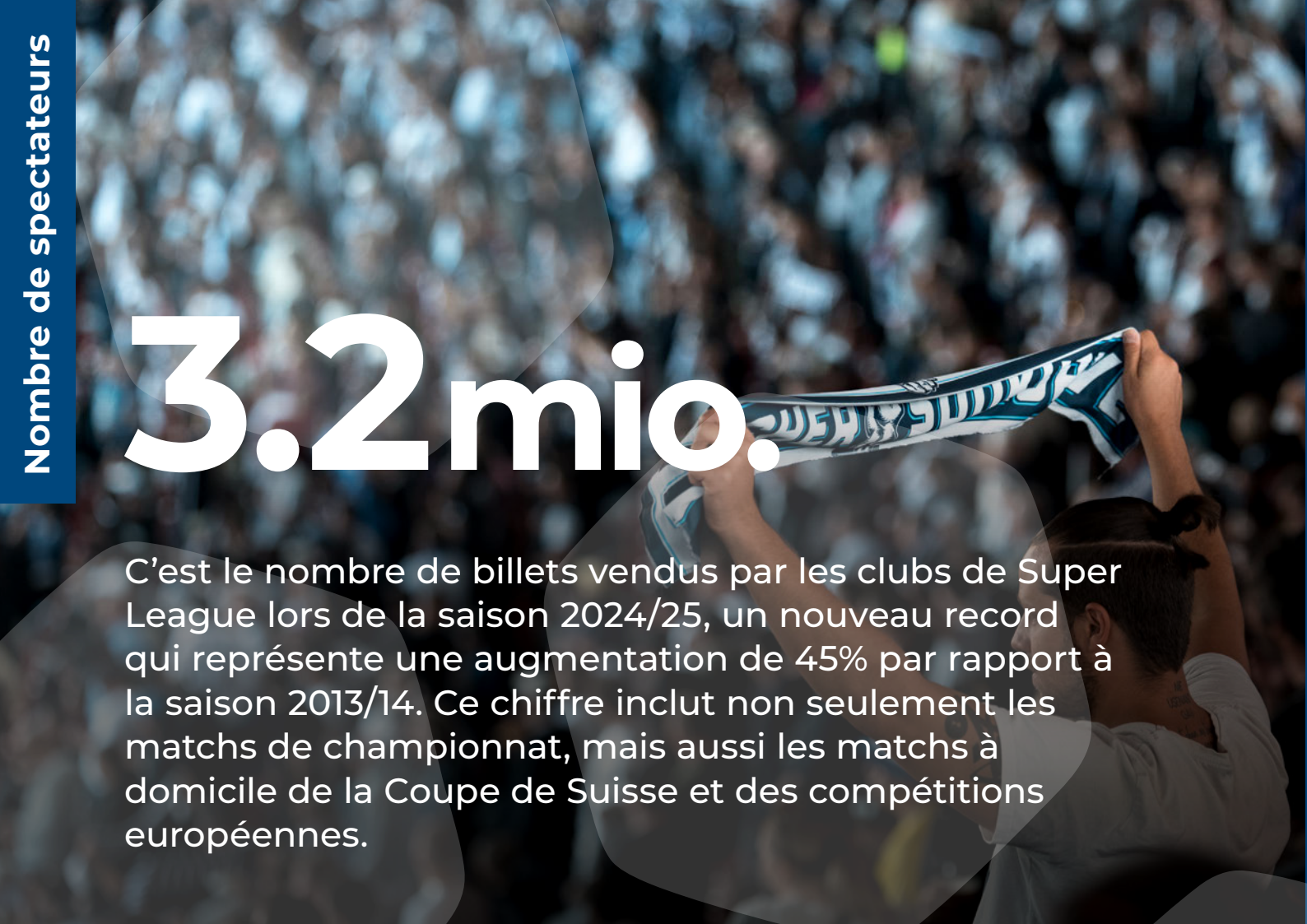
4'385

emplois à temps
plein créés grâce à la
Super League

Nombre de spectateurs par match

Les stades des grandes villes attirent le plus grand nombre de spectateurs. Avec une moyenne de plus de 25'000 supporters par match, Berne et Bâle sont en tête en termes de nombre de spectateurs pour la saison 2024/25.





3.2mio.

C'est le nombre de billets vendus par les clubs de Super League lors de la saison 2024/25, un nouveau record qui représente une augmentation de 45% par rapport à la saison 2013/14. Ce chiffre inclut non seulement les matchs de championnat, mais aussi les matchs à domicile de la Coupe de Suisse et des compétitions européennes.

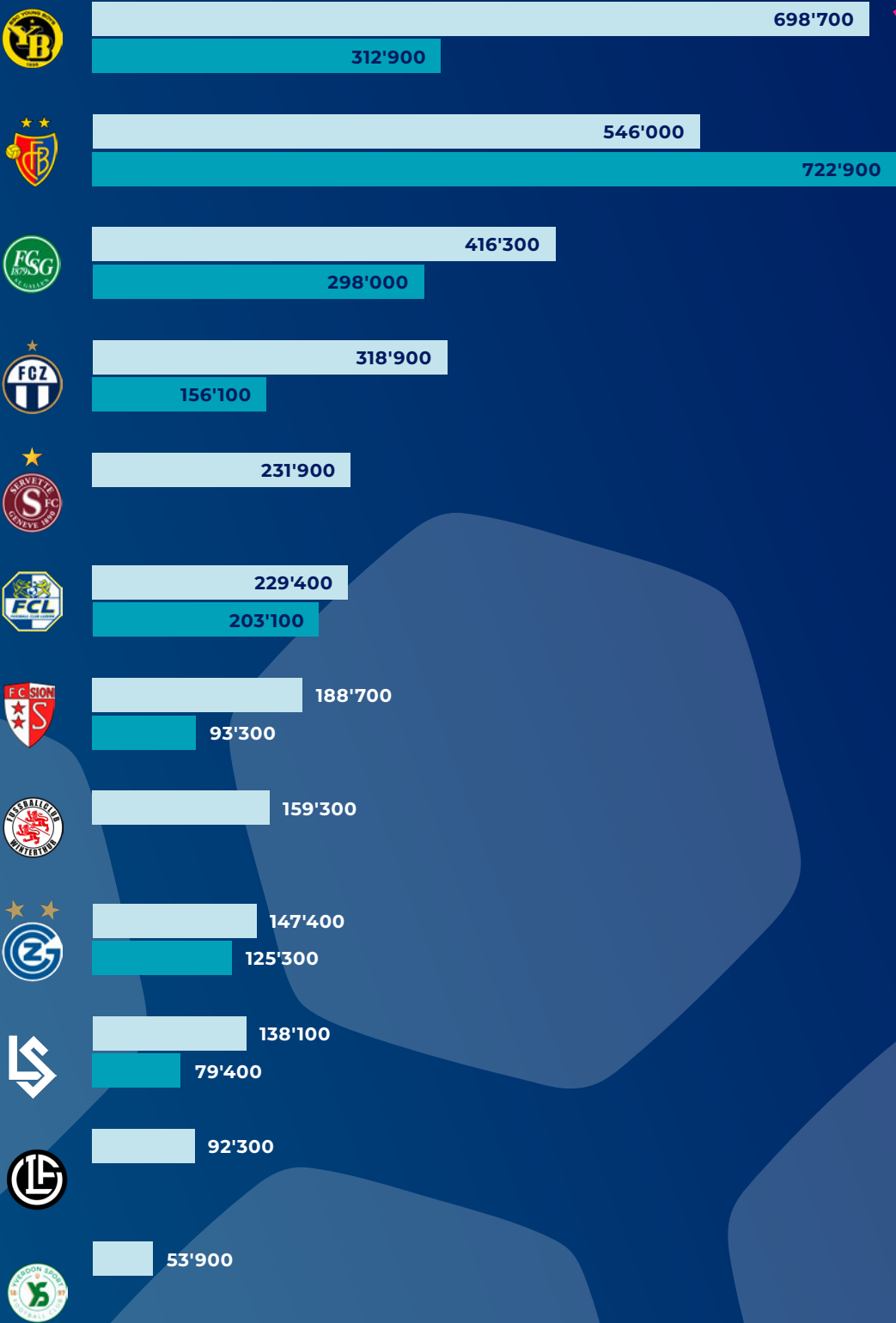
Avec une moyenne d'environ 12'700 supporters, la Super League se hisse dans le top 10 des ligues européennes. Bien que les différences entre les clubs soient importantes, toutes les régions de Suisse sont représentées. L'intérêt est donc palpable dans tout le pays.

La plupart des stades modernisent leurs infrastructures et améliorent ainsi l'expérience du public. Lausanne a inauguré un nouveau stade en 2020 et Lugano en fera de même en 2026. Plusieurs autres sites font l'objet d'améliorations constantes afin de rendre la visite au stade plus attrayante.

Comparaison de l'évolution du public

Source: calculs d'EBP et de la HSLU

2024/25 2013/14



+123%

FAIT

Comment expliquer les différences entre les clubs? D'une part, les bassins de population, les stades et les groupes de supporters varient en taille. D'autre part, le succès sportif, une infrastructure de stade moderne ou la participation à des compétitions internationales jouent un rôle.

Profil des spectateurs

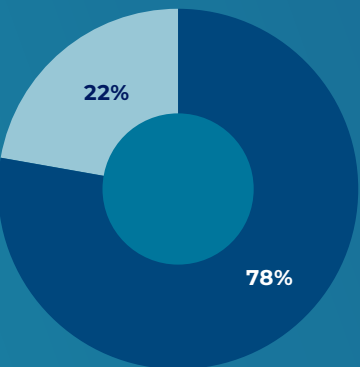
Au cours de la saison 2024/25, 3'172 spectatrices et spectateurs ont été interrogés lors de 24 matchs. Résultat: les femmes gagnent du terrain. Elles représentent désormais 22% des supporters. Ces derniers sont généralement plus jeunes: seuls 29% ont plus de 50 ans. Comme on pouvait s'y attendre, ce groupe d'âge achète des billets plus chers.

Plus de la moitié des supporters se déplacent en transports publics, depuis le canton du club ou d'autres régions de Suisse. On trouve, parmi ces supporters, des personnes très engagées: 54% assistent à plus de 10 matchs par saison.

Le public est majoritairement masculin, avec un taux de 78%. Les jeunes spectatrices et spectateurs de moins de 30 ans sont les plus représentés, avec une part de 38%. En revanche, les plus de 50 ans s'offrent des billets plus chers: la moyenne d'âge est plus élevée aux meilleures places.

Répartition par sexe

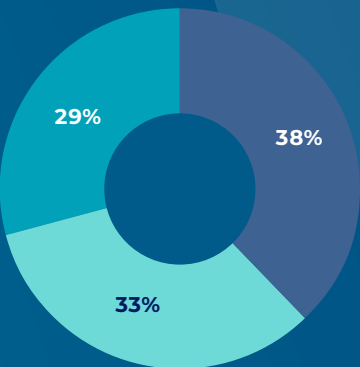
Source: enquête auprès des supporters d'EBP et de la HSLU



- Homme
- Femme

Répartition par âge

Source: enquête auprès des supporters d'EBP et de la HSLU

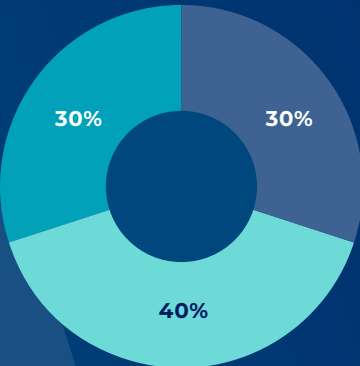


- 16-30
- 31-50
- 50+

30% du public provient de la ville du club, 40% du reste du canton du club et 30% du reste de la Suisse. Cela montre que la ligue a un fort pouvoir d'attraction régional. Plus de la moitié des supporters se déplacent en transports publics.

Provenance

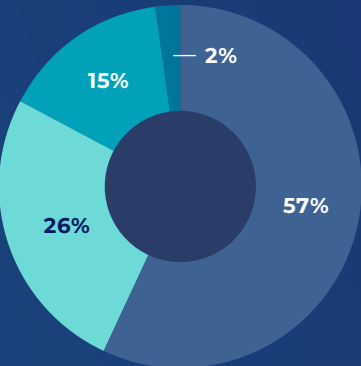
Source: enquête auprès des supporters d'EBP et de la HSLU



- Ville du club
- Canton du club
- Autres: Suisse et étranger

Moyens de transport

Source: enquête auprès des supporters d'EBP et de la HSLU

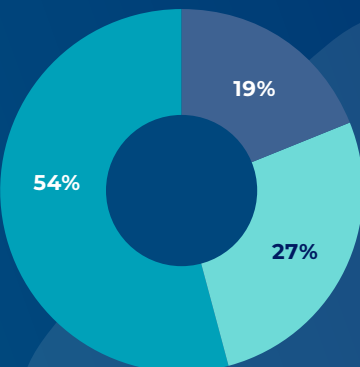


- Transports publics
- Voiture
- À pied, à vélo, etc.
- Autres

En moyenne, les supporters assistent à un peu plus de 11 matchs à domicile par saison. Plus d'un tiers des supporters assistent également à au moins un match à l'extérieur par saison.

Matchs à domicile par saison

Source: enquête auprès des supporters d'EBP et de la HSLU

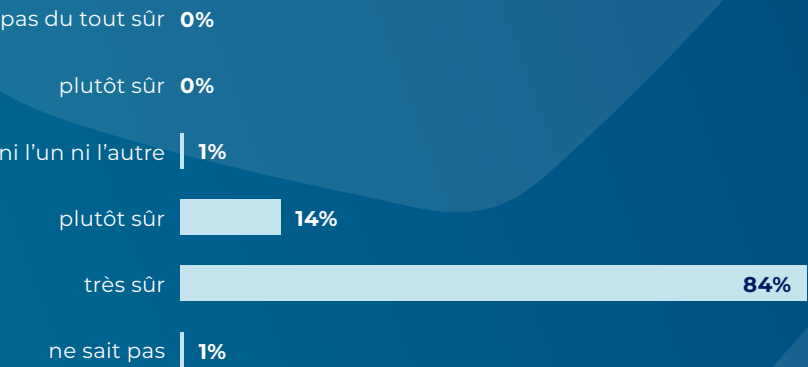


- 1-5
- 6-10
- >10

Le sentiment de sécurité dans les stades suisses est très élevé. 98% des spectatrices et spectateurs se sentent «très sûr» ou «plutôt sûr» à l'intérieur des stades. En dehors des stades, 94% se sentent «très sûr» ou «plutôt sûr».

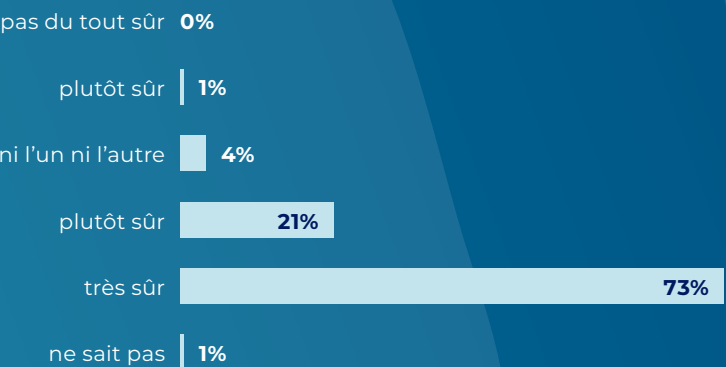
Sentiment de sécurité au stade

Source: enquête auprès des supporters d'EBP et de la HSLU



Sentiment de sécurité à l'extérieur du stade

Source: enquête auprès des supporters d'EBP et de la HSLU



La croissance du nombre de spectatrices et spectateurs le montre: la Super League s'est établie socialement comme une force identitaire et a gagné en profil. Elle est devenue plus structurée, plus visible et plus pertinente. Même si elle reste dans l'ombre de ligues plus importantes, elle sait faire de ses atouts, tels que l'enracinement local et la promotion des talents, des valeurs de marque.

FAIT





143'000

C'est le nombre de nuitées générées par les matchs de Super League lors de la saison 2024/25. Ce chiffre est en légère baisse par rapport à la saison 2013/14.

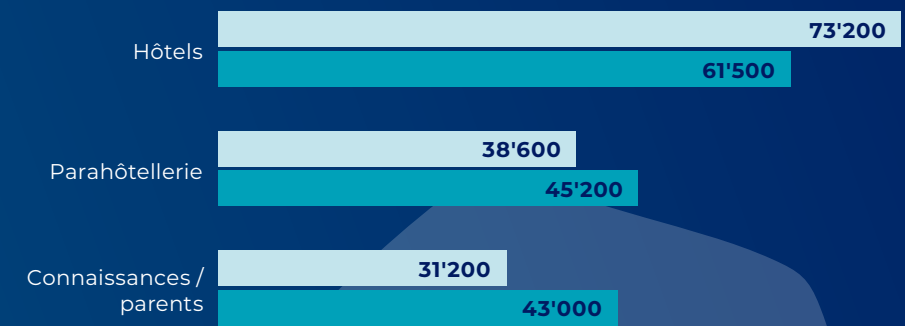
Les lieux où se déroulent les matchs sont proches les uns des autres et les transports de supporters sont bien organisés. Néanmoins, les supporters passent environ 143'000 nuits à l'extérieur, et ce dans tout le pays. C'est moins qu'en 2013/14 (149'700). Le nombre de nuitées à l'hôtel est en légère augmentation.

La plupart du temps, les supporters passent la nuit dans le canton du club. La moitié des supporters réserve un hôtel, l'autre moitié est hébergée dans la parahôtellerie ou chez des parents ou des amis. Beaucoup de ces nuitées sont le fait de supporters internationaux qui combinent la visite du match avec un voyage en Suisse.

Nuitées par catégorie (nombre)

Source: calculs d'EBP et de la HSLU

2024/25 2013/14





81.7 mio.

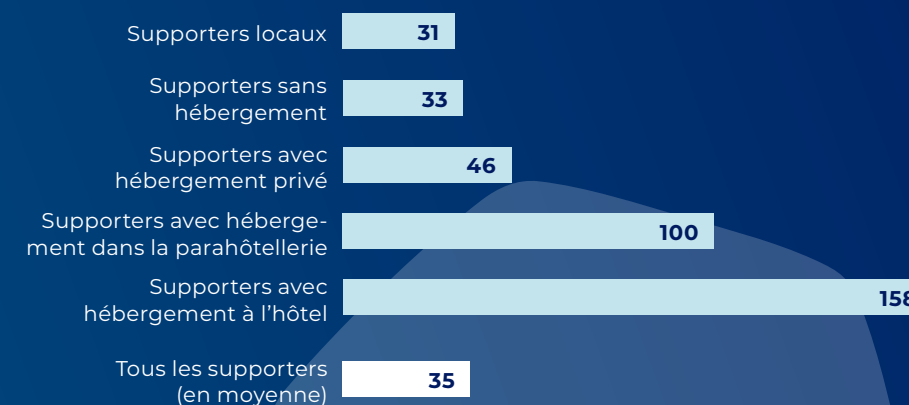
C'est la somme en CHF que les spectatrices et spectateurs ont dépensée en 2024/25 lors des matchs, à savoir pour la restauration, le transport et les articles du commerce de détail.

Les dépenses moyennes par groupe de supporters se situent entre 31 et 158 CHF, billets non compris. Les locaux dépensent en moyenne 31 CHF par match et par personne. C'est 55% de plus qu'en 2013/14. Alors que les visiteuses et visiteurs venus pour un jour dépensent en moyenne 33 CHF, les personnes qui logent chez des amis dépensent 46 CHF. Les hôtes hébergés dans la parahôtellerie et l'hôtellerie ont certes les dépenses les plus élevées, avec respectivement 100 et 158 CHF en moyenne, mais ils constituent également le plus petit groupe de supporters.

Au total, les supporters dépensent 81,7 mio. CHF. La restauration est le poste le plus important, avec 52.2 mio. CHF, soit 63%. Le transport et les dépenses dans le commerce de détail représentent environ 13% chacun. Les nuitées et les autres dépenses ne pèsent guère dans la balance, avec environ 7% et 3% chacune.

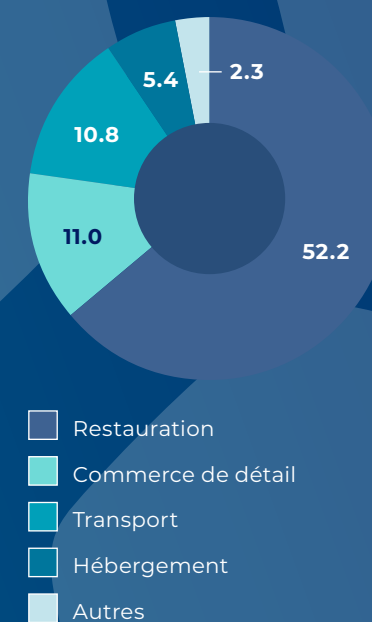
Dépenses des supporters (moyenne en CHF par groupe de supporters)

Source: calculs d'EBP et de la HSLU



Raisons des dépenses des supporters (en mio. CHF)

Source: calculs d'EBP et de la HSLU



1'292mio.

C'est le chiffre d'affaires en CHF que la Super League génère au cours de la saison 2024/25. Les clubs génèrent eux-mêmes un bon tiers de ce montant en tant qu'entreprises.

La Super League génère en Suisse 1'292 mio. CHF de chiffre d'affaires dans les secteurs économiques les plus divers. Certains secteurs en profitent particulièrement. Il s'agit notamment du commerce et des transports, avec un chiffre d'affaires de 155 mio. CHF, de la communication, des assurances, de la finance et de l'immobilier, avec un chiffre d'affaires de 129 mio. CHF, ainsi que de la transformation, de la fabrication et de l'industrie avec 116 mio. CHF.

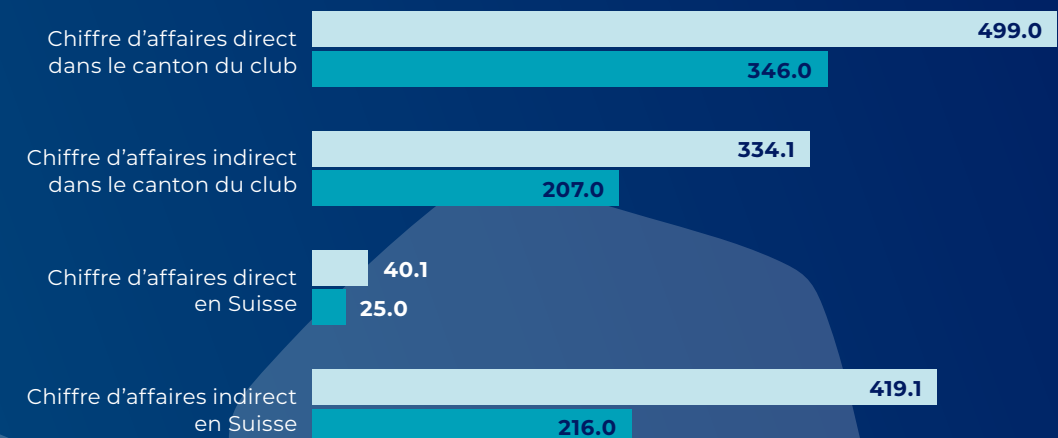
Les clubs génèrent eux-mêmes un tiers du chiffre d'affaires, soit 439 mio. CHF. La majeure partie, à savoir 66% ou 853 mio. CHF, se répartit sur tous les autres secteurs de l'économie suisse. Cela est dû aux prestations préalables des clubs (biens et services fournis par les entreprises).

Par rapport à la saison 2013/14, cela représente une augmentation de 63%. Ce sont surtout les ventes dans l'hôtellerie et la restauration (+9%) qui progressent fortement. Parmi les facteurs qui y contribuent figure l'augmentation du nombre de spectatrices et spectateurs, ainsi qu'une offre plus importante dans l'espace VIP et davantage de stands de nourriture dans les stades.

Chiffre d'affaires Canton du club / Suisse (en mio. CHF)

Source: calculs d'EBP et de la HSLU

2024/25 2013/14



Chiffre d'affaires par secteur d'activité (en %)

Source: calculs d'EBP et de la HSLU



Les revenus de transferts contribuent à l'évolution du chiffre d'affaires. Les clubs encouragent de manière ciblée les jeunes talents. Lorsque ces derniers partent à l'étranger, les clubs bénéficient de revenus de transferts directs et de participations ultérieures à de futurs transferts. En ce qui concerne ces recettes, la saison 2024/25 a été plutôt inférieure à la moyenne sur 5 ans.

FAIT



665mio.

C'est le montant en CHF de la création de valeur générée par les clubs de Super League. En outre, 4'385 emplois à temps plein sont créés.

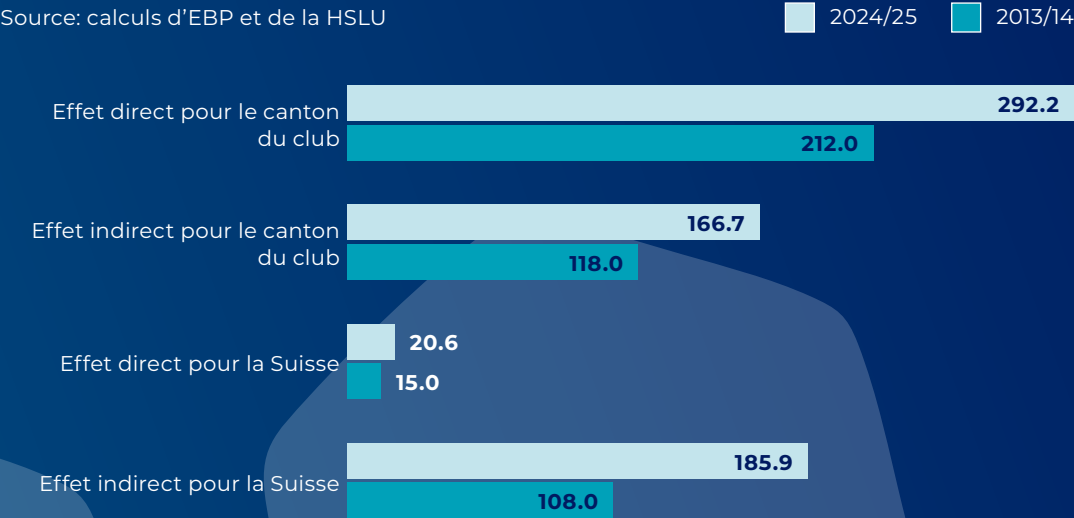
Les clubs et leur environnement économique génèrent une création de valeur de 665 mio. CHF dans toute la Suisse au cours de la saison 2024/25. Cela représente une augmentation de 47% par rapport à la saison 2013/14 et correspond à environ deux tiers de la création de valeur générée par l'EURO 2008 en Suisse.

Environ 70% de la création de valeur totale, soit environ 459 mio. CHF, sont générés dans les cantons du club, le reste en Suisse. Les effets directs des clubs (par ex. les salaires, l'administration) représentent la moitié de la création de valeur, les effets indirects l'autre moitié. Ces effets directs proviennent par ex. de l'achat de services de restauration, de construction ou de marketing, ainsi que de l'impact sur le revenu (déclenché par les dépenses de consommation des employés).

Les clubs créent des emplois: 4'385 emplois à temps plein (équivalents plein temps EPT) sont créés au cours de la saison 2024/25, ce qui représente une augmentation de 33% par rapport à 2013/14. C'est dans les cantons des clubs que l'on trouve le plus de postes: 2'970 EPT, soit 68%. Au total, les clubs génèrent chaque année un nombre d'EPT similaire à celui d'une grande entreprise dans les secteurs de l'industrie, du commerce et des services.

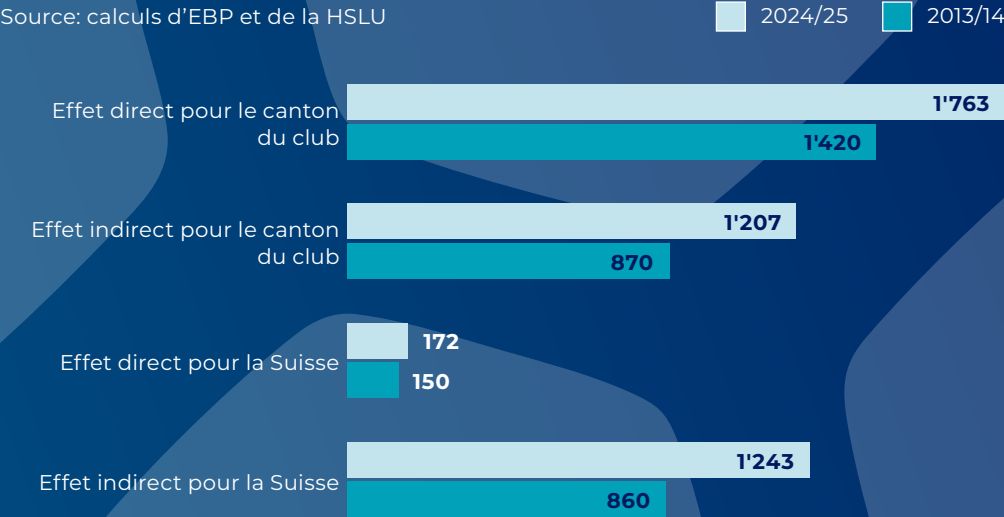
Création de valeur canton du club / Suisse (en mio. CHF)

Source: calculs d'EBP et de la HSLU



Emploi (en EPT)

Source: calculs d'EBP et de la HSLU



Plus les clubs réalisent de ventes, plus le volume d'impôts est élevé. Pour la saison 2024/25, la Confédération, les cantons et les communes perçoivent des impôts pour environ 49 mio CHF: TVA, impôts nets sur les biens et impôts sur le revenu.



Aperçu des résultats

Les clubs de Super League génèrent 1'292 mio. CHF de chiffre d'affaires dans différents secteurs économiques en Suisse au cours de la saison 2024/25. Cela représente une augmentation de 63% par rapport à la saison 2013/14. La création de valeur s'élève à 665 mio. CHF (augmentation de 47% par rapport à la saison 2013/14). Les clubs de Super League génèrent un effet sur l'emploi de 4'385 postes à temps plein (équivalents temps plein EPT). Cela représente une augmentation de 33% par rapport à 2013/14. La Confédération, les cantons et les communes perçoivent des impôts pour environ 49 mio. CHF.

Chiffre d'affaires et recettes fiscales (en mio. CHF)

Source: calculs d'EBP et de la HSLU

	Cantons des clubs	Reste de la Suisse	Total	Variation par rapport à 2013/14	Recettes fiscales
Effet direct	499.0	40.1	539.1	+45.3%	
Effet indirect	334.1	419.1	753.2	+78.1%	
Total	833.1	459.2	1'292.3	+62.8%	49.1

Création de valeur brute (en mio. CHF)

Source: calculs d'EBP et de la HSLU

	Cantons des clubs	Reste de la Suisse	Total	Variation par rapport à 2013/14
Effet direct	292.2	20.6	312.8	+37.8%
Effet indirect	166.7	185.9	352.6	+56.0%
Total	458.9	206.5	665.4	+46.9%

Emploi (en EPT)

Source: calculs d'EBP et de la HSLU

	Cantons des clubs	Reste de la Suisse	Total	Variation par rapport à 2013/14
Effet direct	1'763	172	1'935	+23.2%
Effet indirect	1'207	1'243	2'450	+41.6%
Total	2'970	1'415	4'385	+32.9%

«Les clubs de Super League font bien plus que du divertissement sportif, ce sont des facteurs économiques importants et des acteurs sociaux majeurs. L'évolution des onze dernières années montre de manière impressionnante à quel point le football de haut niveau s'est développé en Suisse: plus de création de valeur, plus d'emplois, plus d'enthousiasme. Cela nous remplit de fierté et nous motive à poursuivre dans cette voie.»

Claudius Schäfer, CEO SFL

«Les matchs de Super League montrent que les grands événements sportifs récurrents sont bien plus que du sport: ils offrent une plateforme permettant d'obtenir des effets à long terme sur l'économie, le tourisme, le sport et la vie sociale. Pour que cela soit possible, tous les acteurs doivent collaborer étroitement.»

Anna Mehr, enseignante à la HSLU

Bases de données et méthodes

Phase 1 – Collecte des données et enquête auprès des supporters

Du côté des clubs, la base de données est constituée de la documentation financière consolidée sur les licences pour la saison 2024/25, fournie par les clubs.

- Les calculs incluent à la fois les prestations propres des clubs dans le domaine de la sécurité (stewards, sécurité dans les stades, etc.) et les contributions aux coûts que les clubs versent aux pouvoirs publics (police, pompiers).
- EBP et la HSLU ont pris en compte, pour chaque club, les investissements effectués par ceux-ci au cours des trois dernières saisons sous forme de valeur moyenne par saison.
- Les activités de l'environnement du club incluent par ex. les transports publics, les services d'autres organismes publics (par ex. les infrastructures, la police), la production télévisuelle des matchs, les sponsors, etc.
- EBP et la HSLU ont interrogé les acteurs concernés dans le cadre d'entretiens personnels et au moyen de questionnaires standardisés.
- Ils n'ont pas pris en compte d'autres activités économiques liées à l'environnement élargi du football des clubs en Suisse (par ex. les paris sportifs ou les revenus supplémentaires générés par les bars sportifs) en raison de leur lien plutôt indirect avec les activités sportives et les matchs.

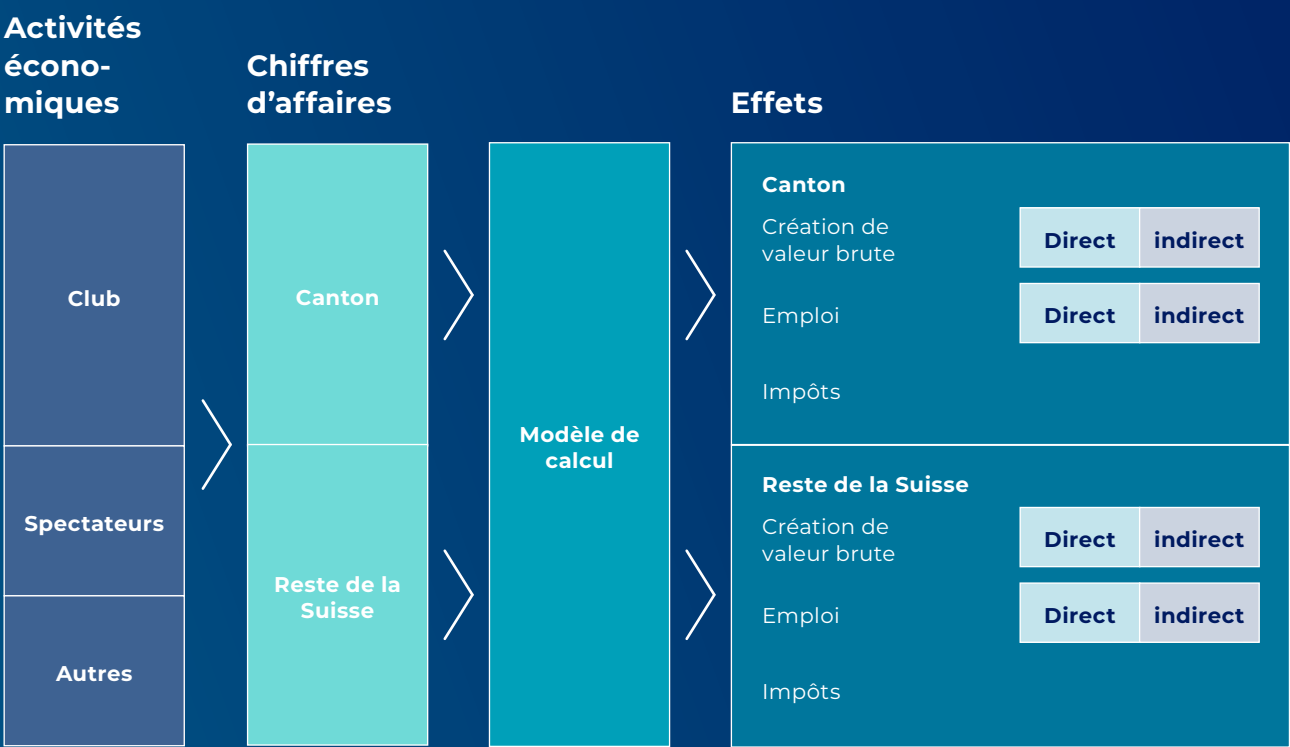
Pour obtenir des données sur les supporters, EBP et la HSLU ont utilisé une procédure d'enquête en deux étapes (stade puis enquête en ligne) à l'occasion de 24 matchs au total. Pour l'ensemble des clubs, EBP et la HSLU ont interrogé 3'172 supporters au cours de la saison, dont 1'852 ont accepté de donner leur adresse électronique. 730 personnes ont répondu intégralement au questionnaire en ligne, ce qui représente un très bon taux de réponse de 40%. EBP et la HSLU n'ont interrogé les spectatrices et spectateurs dans le secteur des invités que dans des cas exceptionnels.

- Pour les supporters locaux (issus de la zone urbaine du club), EBP et la HSLU n'ont pris en compte que les dépenses dans l'enceinte du stade. Les dépenses de tous les autres spectateurs et spectatrices n'ont été prises en compte par EBP et la HSLU que pour la part réellement imputable au fait d'assister au match (facteur événementiel).

Phase 2 – Modélisation de l'impact économique

EBP et la HSLU ont calculé les principaux indicateurs (chiffres d'affaires, création de valeur brute, emploi, impôts) à l'aide d'un modèle d'impact économique (voir schéma), qui permet également de saisir les interdépendances entre les cantons et le reste de la Suisse.

- À l'aide du modèle d'impact, EBP et la HSLU ont calculé les effets directs et indirects (effets sur la consommation intermédiaire et sur le revenu) déclenchés par les chiffres d'affaires dans les cantons et dans l'ensemble de la Suisse.
- Transferts de joueurs: il est possible qu'ici, certaines données aient été comptées à double, dans une mesure qui reste toutefois négligeable.



Source: représentation d'EBP et de la HSLU

Définitions des termes

Chiffre d'affaires / production brute

Dans ce rapport, EBP et la HSLU utilisent le terme de chiffre d'affaires. Il désigne les recettes des entreprises, des organisations ou des secteurs. En économie, le chiffre d'affaires correspond approximativement à la production brute d'une entreprise ou d'un secteur et se calcule comme la somme de la création de valeur brute et des prestations préalables.

Création de valeur brute

La création de valeur brute correspond à la valeur créée par une entreprise ou une organisation au cours d'une période donnée (valeur totale des biens et services produits, moins les prestations préalables achetées à des tiers). La création de valeur brute correspond en principe à la contribution au produit intérieur brut (PIB). Il s'agit donc de l'indicateur le plus approprié pour mesurer et comparer les performances d'une entreprise ou d'une organisation au sens économique du terme.

Prestations préalables

EBP et la HSLU désignent par prestations préalables les biens et services achetés à l'extérieur pour produire son propre produit ou service. Pour un club de football, par ex., les dépenses en matériel d'entraînement en font partie.

Emploi

Pour générer les effets économiques calculés ici, un certain volume de travail est nécessaire. Ce volume est exprimé en équivalents temps plein (EPT). Un EPT désigne la prestation de travail d'une personne travaillant à 100%.

Modèle d'impact

Modèle économique basé sur le tableau input-output suisse. Ce modèle permet de calculer les effets économiques régionaux et nationaux en termes de création de valeur, d'emploi et de fiscalité à partir d'une impulsion économique primaire (par ex., l'augmentation de la demande liée aux matchs du club de football). Ce modèle a été adapté à la structure économique des cantons dont sont issus les clubs.

Effets indirects

Impacts générés au premier niveau de la chaîne de valeur, par ex. l'embauche d'un entraîneur par un club de football.

Effets indirects

Somme de l'effet sur les prestations préalables et sur le revenu.

Effet des prestations préalables

Cet effet se produit lorsqu'une entreprise ou une organisation achète des biens et des services à des tiers. Il fait partie des effets indirects.

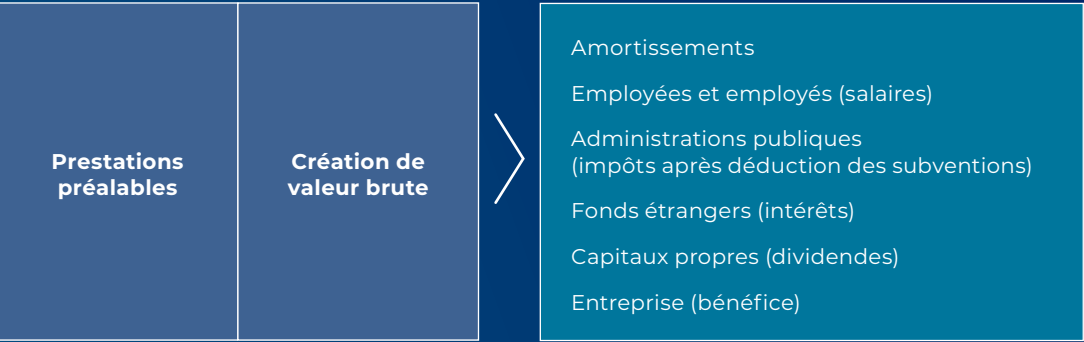
Effet sur le revenu

Cet effet provient des dépenses de consommation générées par les revenus des employées et employés. Il fait partie des effets indirects.

Impôts/taxes

Les impôts et autres taxes versés aux pouvoirs publics (État, canton, commune), générés par les activités économiques des clubs de football et de leur environnement.

Chiffre d'affaires / Production brute



Source: représentation d'EBP et de la HSLU