

# Jeux Olympiques d'hiver : une montagne de questions

Décembre 2025

# Retour sur 100 ans de JO d'hiver, un événement sportif mondial ultra-médiatisé qui continue de trouver son public

## UNE COMPÉTITION D'ENVERGURE MONDIALE

**3 000  
athlètes**



**24  
éditions**

des JO d'hiver, la première ayant eu lieu en 1924

**93  
délégations**

officielles prévues pour les JO d'hiver de 2026

## DES AUDIENCES AU SOMMET

**200+  
pays**

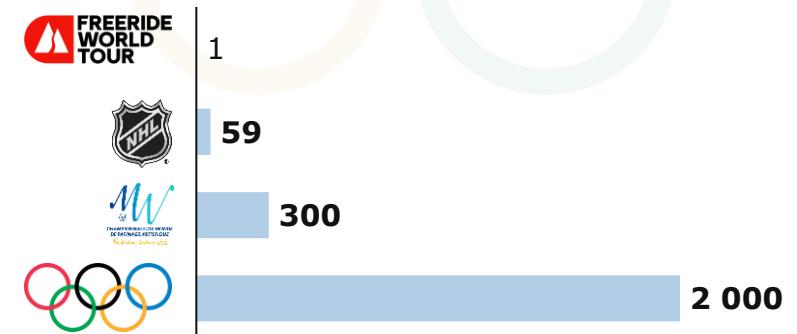
où la compétition est diffusée

**1,4  
million**

de visiteurs aux JO d'hiver en moyenne

### Audiences des principales compétitions de sports d'hiver<sup>1</sup>

Millions de téléspectateurs, 2022



Notes : 1. NHL – National Hockey League, MW - Championnats du monde de patinage artistique (Montpellier 2022). Les JO de Paris ont accueilli 206 délégations, pour 5 milliards de téléspectateurs

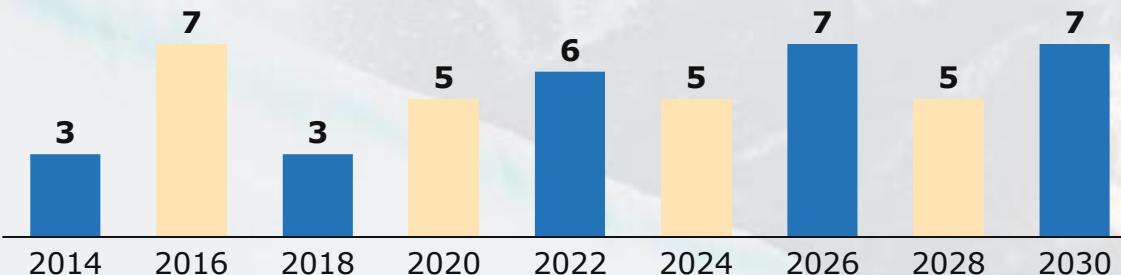
Sources : Circle Strategy, CIO

# Été comme hiver, les JO continuent d'attirer les candidatures pour le prestige qu'ils confèrent à l'international

## x2 CANDIDATURES POUR LES JO D'HIVER DEPUIS 2014, DÉPASSANT LES JEUX D'ÉTÉ

### Candidatures pour chaque édition des JO

Nombre de villes candidates, 2014-2030



Jeux d'été    Jeux d'hiver

## LES JO D'HIVER, UNE AFFAIRE EN OR POUR LES PAYS HÔTES AFIN D'AFFIRMER LEUR PUISSANCE

**“** Le peuple chinois a encore accueilli une édition qui restera marquée dans l'histoire des Jeux Olympiques en partageant sa gloire **”**

Xi Jinping, Président de la République populaire de Chine (2022)

+1,7 place

progression moyenne sur le Soft Power Index<sup>1</sup> pour les pays hôtes suite à leur accueil de la compétition (2010-2022)



Notes : 1. Le Soft Power Index mesure la capacité d'influence d'un pays sans force ni contrainte - cet indice est calculé par un organisme indépendant, Brand Finance  
Sources : Circle Strategy, CIO, Brand Finance

# A l'échelle locale, les supporters sont moins unanimes, en témoignent les abandons de certains pays pour l'accueil des JO

**35%**

**DES PAYS ONT RENONCÉ À LEUR CANDIDATURE AUX JO D'HIVER DEPUIS 2022**



## Cap sur 2030 :



En France, le **collectif JOP 2030<sup>1</sup>** saisit les tribunaux pour s'opposer à l'accueil des **JO dans les Alpes françaises en 2030** pour des raisons économiques et environnementales



## Sapporo fait une pause pour sa candidature aux JO d'hiver de 2030

Marquée par les scandales de corruption des JO de Tokyo (2020), l'opinion japonaise a rejeté l'accueil des JO d'hiver à Sapporo en 2030.



## Jeux Olympiques. L'Espagne retire sa candidature pour les JO d'hiver 2030

Les différends politiques entre la Catalogne et l'Aragon ont eu raison du projet espagnol.



## JO 2026 : Les habitants du Valais votent non à la candidature de Sion

Par peur des risques financiers qu'impliquent l'accueil des JO d'hiver, les Suisses ont refusé, par un référendum régional, la candidature de leur pays.



## L'Autriche dit non par référendum aux JO d'hiver 2026

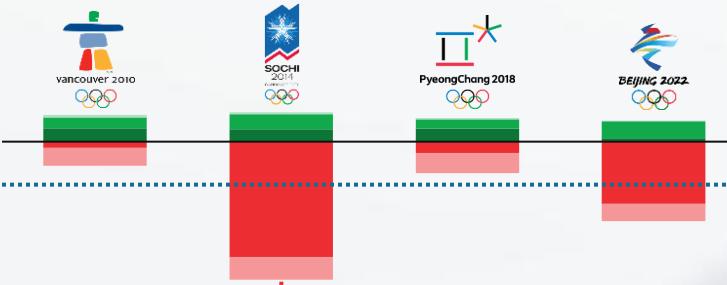
Les Autrichiens ont voté « Non » pour des JO dans leur mythique station tyrolienne, n'étant pas convaincus de leur durabilité économique et environnementale.

Notes : 1. JOP 2030 regroupe élus municipaux, députés et citoyens opposés à l'organisation des JO d'hiver de 2030 dans les Alpes françaises  
Sources : Circle Strategy, CIO, Eurosport, Ouest France, France Info, Le Figaro

# Revers de la médaille, le bilan financier des JO d'hiver est négatif, avec un déficit moyen de 4,7 milliards de dollars depuis 2010

## UNE AVALANCHE DE COÛTS

Revenus et coûts de chaque édition des JO d'hiver  
Milliards de dollars, 2010-2022



**Zoom sur Sotchi**  
12 mds\$ dépensés pour la construction de nouvelles infrastructures

- Revenus de ticketing ■ Coûts de construction
- Revenus de sponsor ■ Coûts d'organisation
- Revenus de diffusion

## LE SPONSORING, CLÉ DE VOÛTE DES REVENUS

43%  
des revenus des JO d'hiver vs 30% dans les années 1990

29,6 M\$  
investis en moyenne par partenaire sur une édition

75%  
des revenus issus de sponsors nationaux

1,85x plus  
d'investissement par téléspectateur vs JO de Paris

# Loin des pistes vertes, le bilan carbone important des JO d'hiver pose également la question de la viabilité écologique du modèle

## UNE PRATIQUE DES SPORTS D'HIVER PEU VERTE

### Emissions de CO<sub>2</sub> des dernières éditions des JO d'hiver

Milliers de tonnes CO<sub>2</sub>, 2010-2022



**310 000 voitures**

sur un an en moyenne : émissions de CO<sub>2</sub> d'une édition des JO d'hiver

**100%**

de neige artificielle aux JO d'hiver de Beijing (2022)

**10 piscines olympiques**

de neige artificielle pour alimenter une seule piste sur 2 semaines

Opérations<sup>1</sup>    Construction<sup>2</sup>

Notes : 1. Opérations - Fonctionnement des Jeux, transport, hébergement et restauration 2. Construction - Stades et infrastructures. A noter : la sobriété de Sotchi par rapport à ses dépenses  
Sources : Circle Strategy, CIO

# Entre limites économiques et climatiques, les Jeux Olympiques d'hiver doivent-ils se réinventer ?

## LA CONSTRUCTION, PREMIÈRE FAIBLESSE DU MODÈLE ÉCONOMIQUE DES JO D'HIVER

**52,5%**

des infrastructures utilisées construites ex nihilo pour les éditions récentes

**5,3 mds\$**

de dépenses moyennes en construction, cause principale du déficit des JO d'hiver

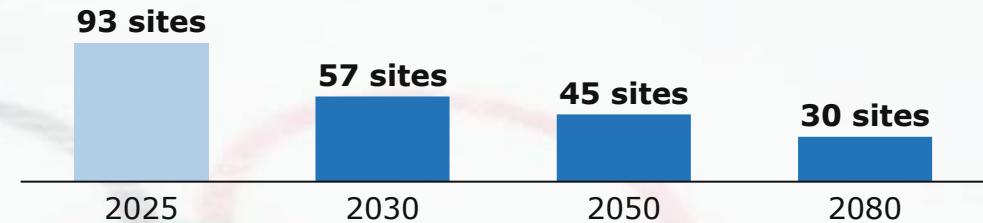


## UN SUCCÈS MENACÉ PAR LE CHANGEMENT CLIMATIQUE ET LES DÉRIVES DES JO

**77%**

des épreuves des JO d'hiver se déroulent en plein air aujourd'hui

## De moins en moins de sites viables pour les JO d'hiver<sup>1</sup>



## Vers des Jeux 100% indoor ?

**25°C**

température moyenne à Neom, future candidate aux JO d'hiver<sup>2</sup>

Notes : 1. Définition du CIO 2. Neom, ville en Arabie Saoudite, site des Jeux Asiatiques d'hiver de 2029, et candidate pour une édition future des JO d'hiver  
Sources : Circle Strategy, CIO

# Si le modèle des JO d'hiver n'est pas repensé, les déséquilibres économiques et écologiques ne cesseront de croître

EN SIMULANT 10 000 ÉDITIONS SUR LES 100 ANS À VENIR SELON LES PARAMÈTRES ACTUELS,  
NOTRE MODÉLISATION ÉVOQUE UN FUTUR INCERTAIN



**3 à 27 mds\$**  
de coûts par édition

La variation des géographies  
(besoins de construction, climat, indoor)  
impacte fortement les coûts



**+1,3%**  
de revenus par an

La croissance des revenus est maintenue  
grâce au développement des sponsors  
et de la diffusion



**80% des éditions** perdent plus de 600 M\$  
**14% des éditions** sont rentables

Notes : Modélisation Circle Strategy basée sur des données quantitatives et 11 variables en s'appuyant sur les éditions précédentes  
Sources : Circle Strategy, CIO



**82% des éditions**  
dépassent les 500 kt CO<sub>2</sub>



Les pratiques actuelles (aménagement  
ex nihilo, neige artificielle, indoor) rendent  
irréaliste l'objectif d'émission du CIO

# Le scénario des hubs permanents déjà envisagé par le CIO montre qu'il existe des futurs plus audacieux et durables

## UNE ROTATION FIXE ENTRE LIEUX D'ACCUEIL...

5

sites déjà aménagés, durables et attractifs, accueillant les JO d'hiver tous les 20 ans

-72%

de coûts en optant pour une logique de rénovation plutôt que de construction

## ...AUX CONSEQUENCES POSITIVES POUR L'ENVIRONNEMENT

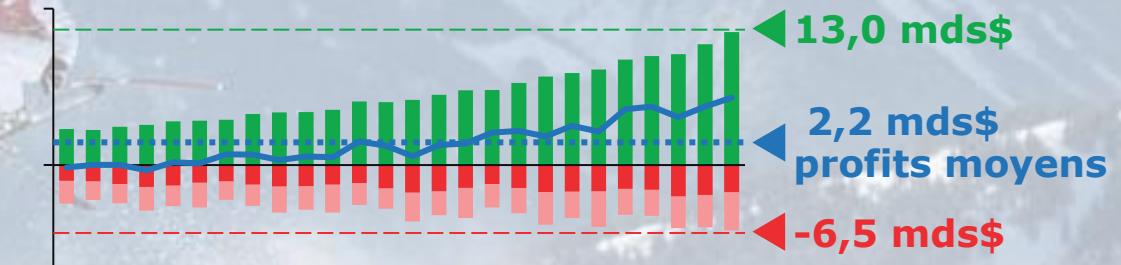


des émissions grâce au modèle des hubs permanents, permettant d'atteindre l'objectif du CIO de <500 kt CO<sub>2</sub>

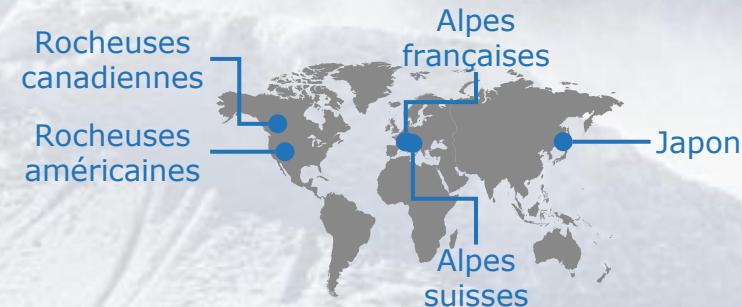


**Projection Circle Strategy du scénario des hubs permanents sur les 25 prochaines éditions des JO d'hiver<sup>1</sup>**  
Milliards de dollars américains, années 0 à 100 après mise en vigueur

**100% des éditions rentables après le premier cycle d'utilisation des hubs**



**Circle Strategy a basé la modélisation sur 5 hubs viables<sup>2</sup>**



Legend: Revenus (Green bar), Coûts de construction (Red bar), Coûts opérationnels (Pink bar), Profits (Blue line).

Notes : 1. Projection via un modèle probabiliste (croissance des revenus basée sur données éditions passées) 2. Par exemple Val d'Isère, Zermatt, Salt Lake City, Whistler, Nagano.  
Sources : Circle Strategy, CIO



**Au tournant de leur histoire,  
les Jeux Olympiques d'hiver sauront-ils  
éviter la sortie de piste ?**

# Vos contacts chez Circle Strategy

---



**Catherine GOZARD**

Marketing & Communication Director



**Jean-Marc LIDUENA**

CEO, Managing Partner



**Kiran HAYWORTH**

Principal

## A PROPOS DE CIRCLE STRATEGY

Circle Strategy est un cabinet de conseil en stratégie qui puise ses origines dans la culture entrepreneuriale et tire sa singularité du double profil de ses talents, une expérience mixte de conseil et de terrain. Il accompagne des directions générales sur les problématiques de stratégie de croissance, de modèle économique responsable et de transformation digitale et opérationnelle.

Circle Strategy se caractérise par un mélange assumé de pragmatisme et de stratégie, illustré par sa devise "Strat for impact" et sa raison d'être "Nous façonnons des stratégies pour des futurs audacieux et durables."

Circle Strategy fait partie de Square Management, entreprise certifiée B Corp, et intervient dans le monde entier à partir de ses bureaux en France, en Espagne, en Belgique et au Luxembourg.

[www.circle-strategy.com](http://www.circle-strategy.com)

---

### Disclaimer

Cette étude est une analyse indépendante réalisée par Circle Strategy, sans lien ni partenariat avec le Comité International Olympique (CIO).