

# Un Euro comme sur des roulettes

**BILAN** • *Les organisateurs genevois s'estiment satisfaits malgré quelques fausses notes.*

**Le ciel de l'Euro** est bleu, mis à part «quelques petits nuages anecdotiques» pour le conseiller d'Etat Mark Muller. Les images du jet d'eau décoré ont été diffusées dans le monde entier, les Genevois sont satisfaits et les touristes du football reviendront, estime le magistrat.

Quelque 540 000 personnes ont fréquenté la Fan Zone jusqu'à mercredi soir. En revanche, le Fan Village du Bout-du-Monde atteint à peine les 18 000 visiteurs, et le camping 5000 nuitées. Pour Mark Muller, «la faible fréquentation du camping n'est pas un échec, elle montre que les offres d'hébergement étaient suffisantes.»

**Presque 400 bénévoles** ont accompli plus de 15 000 heures de travail dans des missions d'accueil et d'assistance, «avec un professionnalisme qui a beaucoup contribué au succès de la manifestation». Quant aux spectateurs, ils ont privilégié les transports publics. Soixante pour cent des touristes du foot ont emprunté trains et bus pour se rendre dans les différentes villes hôtes. Les TPG ont emmené

10 000 personnes dans le stade comble pour tous les matches.

**Le budget** de 29 millions de francs – dont 16 millions à la charge du canton – «est en phase d'être respecté», note Michael Kleiner, coordinateur de l'Euro à Genève. Petit bémol: une charge non prévue de 600 000 francs pour la location de la plaine de Plainpalais à la Ville. Cela est dû à «un défaut de communication entre le canton et la commune», selon Mark Muller, qui espère pouvoir absorber cette dépense dans le budget initial.

Côté sécurité, la gendarmerie n'enregistre «aucun pic de criminalité dû à la manifestation», explique son commandant Christian Cudré-Mauroux. Avec 42 interpellations, il n'y a pas eu de quoi remplir les cellules provisoires montées à Palexpo.

**A l'heure du bilan**, quelques incertitudes demeurent... Qu'advient-il du ballon? «Peut-être l'utiliserons-nous pour d'autres événements. Ou nous le cèderons à des acquéreurs, déjà intéressés», indique François Bryand, de Genève Tourisme. SOPHIE DUPONT