

Etude réalisée par le Centre de droit et d'économie du sport, sous la direction de Eric BARGET et Jean-Jacques GOUGET - 13, rue de Genève - 81100 Limoges
Tél : 05 55 45 76 00 - Fax : 05 55 45 76 01 - www.cdes.fr - contact@cdes.fr

IMPACT ÉCONOMIQUE ET UTILITÉ SOCIALE DE LA COUPE DU MONDE DE RUGBY 2007 EN FRANCE

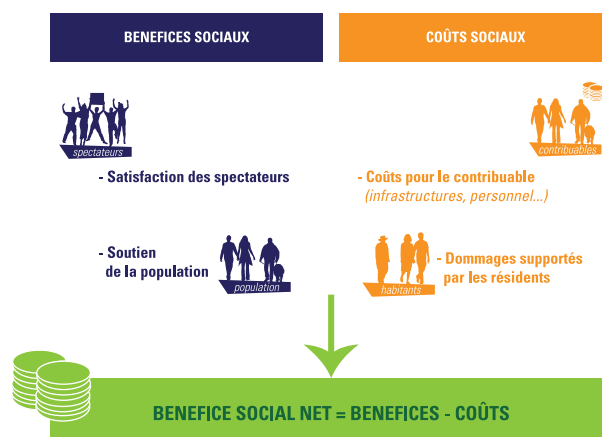
Evaluer l'impact d'un événement comme la Coupe du Monde de Rugby 2007 en France (CMR 2007) ne peut se limiter à un calcul de retombées économiques de court terme, insuffisant à démontrer la rentabilité sociale d'un projet pour la population. Il convient en effet également de prendre en compte de multiples effets pouvant être liés à l'image de marque des territoires, à la cohésion sociale, à l'augmentation du nombre de licenciés et à une meilleure répartition territoriale de la pratique, à la promotion des valeurs du rugby...

Cette approche correspond d'ailleurs à l'évolution actuelle de la vision du sport, véhiculée par exemple par la Commission européenne, et prenant mieux en compte sa dimension éducative et sociale : lien social et lutte contre l'isolement, insertion de publics en difficulté (jeunes, handicapés), santé, lutte contre l'obésité...

Chacune de ces deux conceptions – retombées économiques et utilité sociale – requiert cependant des outils spécifiques qui posent des problèmes méthodologiques particuliers.



La rentabilité sociale de la CMR 2007



IMPACT ÉCONOMIQUE ET UTILITÉ SOCIALE : DEUX ÉVALUATIONS COMPLÉMENTAIRES

La mesure des retombées économiques permet d'apprécier, pour un territoire donné, la capacité d'un spectacle sportif à créer des emplois et de l'activité. La différence entre les flux monétaires entrant (injections) et sortant (fuites) donne l'injection nette, dont l'ampleur dépend du degré d'intégration des activités économiques du territoire ; il détermine la taille du multiplicateur : plus il est élevé, plus les fuites sont faibles et plus l'effet multiplicateur est important. Précision essentielle permettant de comprendre pourquoi de nombreuses études surévaluent l'impact économique des événements sportifs : l'application de ce modèle conduit à ne pas prendre en compte les dépenses des agents locaux ; on considère que si la CMR 2007 n'avait pas eu lieu, ils auraient effectué des dépenses d'un autre type (effet de substitution).

La mesure de l'utilité sociale consiste quant à elle à évaluer, pour ce même territoire, la satisfaction créée par l'événement pour les spectateurs et les habitants, puis à calculer le bénéfice social (ou la perte) net(te) de l'événement, une fois déduits les coûts (dépenses publiques, mais aussi nuisances) supportés par la communauté.

DEUX NIVEAUX D'ANALYSE : LA FRANCE ET LES RÉGIONS D'ACCUEIL

La CMR 2007 étant éclatée entre plusieurs sites de compétition, il était logique d'appréhender son impact sur les villes et régions d'accueil. La région administrative a été retenue comme espace pertinent pour mener le calcul.

En effet, même si la CMR 2007 fut organisée, pour les matches sur le territoire français, dans dix villes distinctes, c'est bien au niveau régional que l'essentiel de ses effets s'est fait sentir, les équipes ou les spectateurs pouvant par exemple être hébergés ou se restaurer ailleurs que dans les seules villes hôtes. De plus, il peut y avoir plusieurs sites de compétition dans une même région (Ile-de-France, Rhône-Alpes). L'ensemble du territoire français étant concerné et la participation de l'Etat étant déterminante dans l'accueil d'un événement de cette importance, il était cependant indispensable d'appréhender également les effets de la manifestation au plan national.

COLLECTE DE L'INFORMATION : UN DISPOSITIF D'UNE AMPLIEUR CONSIDÉRABLE

La coordination nationale de cette étude a été assurée par un comité national de pilotage qui s'est appuyé sur l'expertise du Centre de droit et d'économie du sport de l'Université de Limoges ; le travail d'enquête a été effectué par plus de 200 enquêteurs placés sous la responsabilité de coordonnateurs régionaux. Un dispositif qui a permis de collecter une information fiable et fournie :

- Des entretiens approfondis ont été réalisés auprès des représentants du GIP dans chaque région, des membres des comités locaux d'organisation, des décideurs des collectivités impliquées...
- Une information statistique très complète (billetterie, statistiques hôtelières, trafic SNCF, trafic aérien...) a été compilée grâce à la participation active du Ministère de la Santé, de la jeunesse, des sports et de la vie associative, de la Direction interministérielle aux grands événements sportifs, du GIP, de la FFR, des collectivités et de différents organismes publics et para-publics.
- Mais surtout pas moins de 11 500 personnes ont été interrogées dans et aux abords des stades, à l'aide de cinq types de questionnaires différents.



UNE NOUVELLE GÉNÉRATION D'OUTILS D'« AIDE À LA DÉCISION »

Justifier de l'accueil d'un événement sportif par sa capacité à engendrer des retombées économiques repose bien souvent sur des fondements méthodologiques fragiles. Or, plus que son éventuel impact économique, c'est bel et bien l'accroissement net du bien-être de la population lié à la manifestation qui devrait être pris en compte dans le choix d'organiser ou non un tel événement. Et ce surcroît de bien-être n'est pas nécessairement corrélé positivement à l'activité économique créée. D'où la nécessité, en amont de la manifestation, de prendre en compte l'utilité sociale pour justifier des dépenses publiques liées à l'organisation de tels événements sportifs qui, s'ils ne nous rendront pas nécessairement plus riches, pourront certainement nous rendre plus heureux...

PRÈS DE 540 M€ D'IMPACT ÉCONOMIQUE AU PLAN NATIONAL

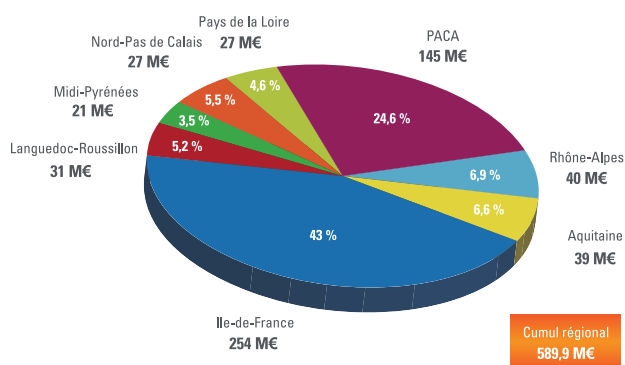
L'impact économique de la Coupe du Monde de rugby 2007 sur le territoire national s'est élevé à 538 730 975 €. D'un point de vue structurel, cet impact global se décompose en impact tourisme (87,1 %) et impact organisation (12,9 %) :

- l'impact tourisme est essentiellement le fait des spectateurs étrangers présents dans les stades (87 %), des accompagnateurs (9,8 %) et des spectateurs « écrans géants » (3,2 %).
- l'impact organisation est essentiellement le fait des dépenses du GIP (74,1 %), de la FFR (20,9 %), et des dépenses supplémentaires des équipes (5 %).

Au final, l'impact engendré est donc largement de nature touristique et il relève plus particulièrement des dépenses des spectateurs étrangers présents dans des stades, plus que des dépenses des spectateurs « écrans géants » ou des accompagnateurs qui n'ont pas assisté aux rencontres.

L'IMPACT ÉCONOMIQUE RÉGIONAL : DES SITUATIONS CONTRASTÉES

Ventilation de l'impact économique de la CMR par région (en millions d'euros et en pourcentage du cumul régional)



L'impact national de la CMR ne peut se résumer à l'addition de l'impact enregistré dans chacune des huit régions hôtes. En effet, le changement de territoire de référence modifie l'ampleur et la nature des injections et des fuites de revenus. Par exemple, les spectateurs français ne résidant pas dans la région d'analyse, dont les dépenses constituent une injection au plan régional, sont considérés, au plan national, comme des acteurs locaux dont les dépenses ne sont plus prises en compte. Il a donc fallu requalifier toutes les injections au niveau national, d'où un cumul des retombées au niveau régional différent du résultat obtenu pour l'impact national.

Toutes les régions-hôtes ont enregistré des retombées économiques positives, ce qui n'est pas automatique, les fuites liées à un évènement pouvant dépasser les injections. Ile-de-France et PACA cumulent les deux tiers de l'impact total. Quatre autres régions ont bénéficié d'un impact compris entre 5 et 7 % de l'impact total. Pour deux régions, l'impact aura été inférieur à 5 % du total.

STRUCTURE DE L'IMPACT RÉGIONAL : LES SPECTATEURS ÉTRANGERS LOIN DEVANT

Comme au plan national, l'impact touristique régional résulte des dépenses des visiteurs venus pour la CMR 2007 (spectateurs « stades », spectateurs « écrans géants », et accompagnateurs) ; mais, différence significative, les dépenses

des spectateurs français résidant en dehors de la région concernée sont prises en compte pour le calcul de l'injection nette. L'impact organisation émane des dépenses du GIP et de l'État (pour l'impact national les dépenses de l'État ne sont pas prises en compte), ainsi que des injections additionnelles des équipes étrangères.

L'impact touristique est dominant dans toutes les régions, à l'exception de l'Ile-de-France où il s'équilibre avec l'impact organisation : partout le poids des spectateurs « stades » est très élevé, celui des spectateurs « écrans géants » et des accompagnateurs étant relativement faible (à l'exception de Midi-Pyrénées pour les écrans géants). L'injection des spectateurs « stades » provient essentiellement des étrangers, de même que pour les spectateurs « écrans géants ». Ainsi, la dépense individuelle quotidienne d'un spectateur étranger pour un match s'échelonne de 250 € à 1 000 € selon les sites alors que les français hors région d'accueil auront dépensé de 40 € à 195 € par match.

En ce qui concerne l'impact organisation, l'impact GIP est partout le plus élevé (de l'ordre des deux tiers en général et jusqu'à 90 % en Ile-de-France), l'impact État est de l'ordre d'un tiers ; l'impact « équipes » est très faible, mais il est minoré par le fait que, pour éviter les double-comptes, seules leurs dépenses additionnelles, non couvertes par les collectivités locales ou le GIP, ont été comptabilisées.

UN BÉNÉFICE SOCIAL NET ÉVALUÉ À 113 M€

La CMR a dégagé un bénéfice social net de plus de 113 millions d'euros, avec près de 213 millions d'euros de bénéfices et moins de 100 millions d'euros de coûts.

L'ÉMERGENCE DU PHÉNOMÈNE ÉCRANS GÉANTS

Avec près de 127,4 M€, la valeur d'usage représente 59,9 % du total des bénéfices. Cette valeur d'usage, qui correspond à la satisfaction ressentie du fait de la consommation de la CMR 2007, a été évaluée par la méthode des coûts de transport. Elle provient à 75 % des spectateurs dans les stades et à 25 % des spectateurs ayant suivi les rencontres sur un écran géant. Ce dernier résultat, particulièrement significatif, démontre par son ampleur que ces écrans géants constituent un nouveau phénomène de société.

La valeur de non-usage correspond à la satisfaction ressentie en dehors même de la « consommation » des matches dans les stades ou sur les écrans géants. Elle se mesure par le consentement à payer qui a été évalué pour différents types de populations. Avec 85,1 M€, la valeur de non-usage représente 40,1 % du total des bénéfices liés à la CMR 2007. Elle provient à 95 % des contribuables régionaux, le reste se répartissant entre fans de rugby et riverains des stades.

DES INFRASTRUCTURES PEU COÛTEUSES ET DES NUISANCES TRÈS FAIBLES

Les coûts liés à la CMR 2007, relevant de la sphère marchande (équipements, dépenses d'organisation, de personnel...) ou non marchande (bruit, congestion routière, pollution...), sont relativement limités du double fait de l'utilisation de stades préexistants et de la faiblesse des nuisances occasionnées.

Contrairement à d'autres grands évènements sportifs mondiaux, les dépenses d'infrastructures (sportives et non-sportives) n'ont ainsi représenté que 28 % du total des coûts. À l'exception de Jean Bouin à Marseille et du stade Yves du Manoir à Montpellier, site d'entraînement des Australiens, aucun stade n'a été construit ni rénové. En plus de minorer les coûts de la CMR 2007 pour le contribuable, cette situation particulière aura également certainement majoré les bénéfices : une contestation sociale vis-à-vis de la construction de nouveaux stades aurait en effet pu engendrer une diminution du consentement à payer des contribuables régionaux. Les dépenses liées à l'organisation ont représenté 40,2 % du total, contre 27,4 % pour la valorisation et la promotion des territoires et 2,6 % pour les mises à disposition de personnel (services des sports des collectivités locales principalement).

Enfin, les nuisances liées à la CMR 2007 ont été très faibles (1,6 %). Elles ont concerné principalement la congestion routière, le bruit au voisinage des stades et les déchets. Aucun fait de hooliganisme n'a été mentionné, alors qu'il s'agit généralement de la principale externalité négative lors de grands évènements sportifs du type Coupe du monde de football. La CMR 2007 aura donc été de ce point de vue une totale réussite.

Chiffres clés

- 2,25 millions de billets vendus
- 95,4 % de taux de remplissage pour les matches disputés en France
- un budget de 255 M€ (+ 190 M€ de droits médias et marketing commercialisés par l'IRB)
- 33 M€ de bénéfice avant impôt pour le GIP
- 30,3 % de licences supplémentaires en une seule saison

UN BILAN COÛTS-AVANTAGES POSITIF POUR LES HUIT RÉGIONS-HÔTES

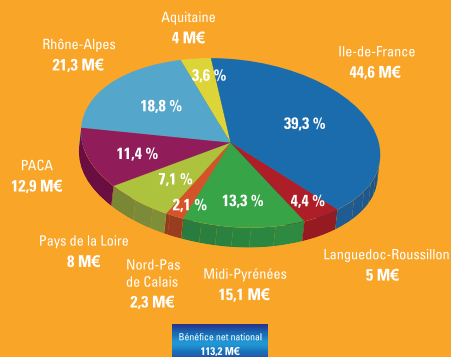
Les huit régions-hôtes ont toutes enregistré un bénéfice social net : les efforts consentis par les contribuables régionaux ont donc été largement compensés par l'agrément procuré par la manifestation, qu'ils l'aient consommée en tant que spectateurs, ou simplement soutenue sans y avoir assisté. Le bénéfice net total se répartit cependant de façon très différenciée entre les régions, avec un rapport de 1 à 22 entre les extrêmes (de 2,3 M€ pour le Nord-Pas de Calais à 44,6 M€ pour l'Ile-de-France), 4 régions en cumulant plus de 80 %. Pourtant, au regard du ratio bénéfices/coûts qui traduit l'efficacité des fonds utilisés (quel bénéfice pour un euro de coût ?), les disparités sont moins importantes. Ainsi, des régions peuvent représenter un fort pourcentage du bénéfice net national réalisé, mais avec une efficacité moindre, et vice-versa (voir graphiques ci-contre).

Enfin, le consentement à payer des contribuables régionaux, qui s'établit en moyenne à 3,5 €, est logiquement plus faible dans les régions où le rugby est moins implanté. Avec 1,30 € pour les hommes et 1,17 € pour les femmes dans le Nord-Pas de Calais ou encore 2,55 € pour les hommes et 1,88 € pour les femmes en Ile-de-France, les régions du nord présentent un consentement à payer inférieur à celles du Sud (5,28 € pour les hommes et 3,91 € pour les femmes en Languedoc-Roussillon). Le consentement à payer des femmes est souvent inférieur à celui des hommes, mais la différence est certainement moins marquée qu'on aurait pu le penser, les premières devant même légèrement les seconds en PACA (4,08 € contre 3,93 €) et Rhône-Alpes (3,57 € contre 3,56 €).

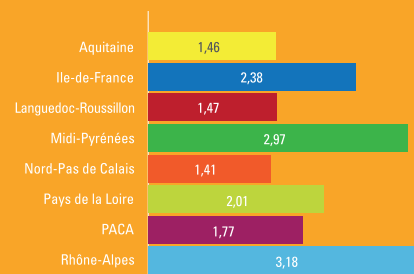
Enfin si le soutien des fans de rugby est logiquement élevé, les riverains des stades présentent également, pour la plupart des régions, un consentement à payer supérieur à la moyenne. Ce dernier résultat pourrait a priori surprendre, mais il paraît cohérent avec la faiblesse des nuisances supportées et révèle un sentiment de fierté à résider près d'un site lié à une manifestation présentée comme une réelle réussite.

Le bilan coûts-avantages des 8 régions-hôtes

Répartition par région du bénéfice net national (en millions d'euros et en %)



Ratios bénéfices / coûts



CONCLUSION

UNE DOUBLE RÉUSSITE EN APPELANT D'AUTRES

L'analyse coûts-avantages a démontré que l'organisation en France de la CMR 2007 était légitime dans la mesure où, dans toutes les régions, l'utilité sociale a été nettement supérieure aux coûts publics supportés. Tant au plan national que dans les régions-hôtes, la population a massivement soutenu une compétition, qui s'est déroulée sans débordements majeurs et dans une ambiance particulièrement festive. L'image du rugby et les valeurs qu'il véhicule ont d'ailleurs certainement contribué à ce résultat.

Le calcul d'impact économique, qui consiste à évaluer la richesse créée en région et au plan national, permet quant à lui de conclure que la CMR 2007 a eu un impact positif sur l'économie du pays et des régions hôtes. Certes la Coupe du monde de rugby 2007 n'aura pas, à elle seule, modifié le trend de croissance du pays, ce qui ne constitue pas réellement une surprise pour la communauté scientifique, tant les retombées économiques liées aux grands événements sportifs mondiaux font l'objet de sur-évaluations systématiques.

Mais, à plus long terme, l'impact économique de la CMR 2007 ne devrait pas se limiter à cette augmentation ponctuelle de revenu. En effet, la réussite de cette manifestation pourrait participer à la création d'une véritable culture d'accueil d'événements sportifs qui, si elle se développe, contribuera à générer une injection pérenne de revenus tant au niveau national que dans les régions concernées.

UN DÉVELOPPEMENT SANS PRÉCÉDENT DE LA PRATIQUE LICENCIÉE

Enfin, au-delà du strict impact économique, la CMR 2007 aura engendré une croissance très significative du nombre de licences qui se sera accru au plan national de plus de 30 % en une seule saison. Ce développement de la pratique constituait d'ailleurs un enjeu majeur pour une discipline qui avait perdu des licenciés au début des années 2000 suite à l'augmentation du coût de la licence liée au problème d'assurance. Le nombre de licenciés était cependant reparti à la hausse depuis 2003, mais la CMR aura constitué un formidable accélérateur. Cette évolution est d'autant plus remarquable que, à l'exception de PACA (+ 46%), ce sont principalement les régions situées au nord de la Loire qui ont bénéficié de la plus forte augmentation avec 61,34 % en Nord-Pas de Calais, 34,6 % en Ile-de-France, ou encore 32 % en Pays de la Loire.

La progression des licences dans les 8 régions-hôtes

