

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



Cette étude sur l'impact économique et social de la coupe du monde de rugby 2007 est une première. C'est pour moi un premier motif de satisfaction. Jusqu'alors qui pouvait donner le moindre chiffre précis sur les grandes compétitions que nous avons accueillies ? L'évaluation des politiques publiques vaut aussi dans le domaine du sport. Avec cette étude, nous disposons désormais d'une analyse approfondie et fiable des impacts générés par un évènement sportif majeur organisé en France. Non seulement sur le plan quantitatif, mais aussi en termes d'utilité sociale.

Deuxième motif de satisfaction, cette première met en lumière l'ampleur des retombées économiques d'un tel évènement pour le Pays (540 millions d'euros au niveau national, à travers le tourisme en particulier) et, par ailleurs, ses effets d'entraînement sur les économies régionales (590 millions d'euros totalisés dans les 8 régions organisatrices). L'Etat et les collectivités territoriales se sont fortement engagés pour cette Coupe du monde, et les résultats sont là.

Mais au-delà de l'évènement en tant que tel, cette étude vient me conforter dans mes objectifs politiques. Les pouvoirs publics ont trop longtemps négligé l'approche économique du sport. Or, le sport c'est aujourd'hui 30 milliards d'euros, 1,7% du PIB et 350 000 emplois. Compétitivité sportive et économique sont intimement liées. C'est tout le sens de la mission compétitivité du football professionnel que j'ai souhaité voir confiée à Eric BESSON en mars dernier, ou encore de la commission Grands stades - Euro 2016 à Philippe SEGUIN en janvier dernier : Renforcer la compétitivité du sport français.

Bernard LAPORTE

Secrétaire d'Etat chargé des Sports, de la Jeunesse et de la Vie associative

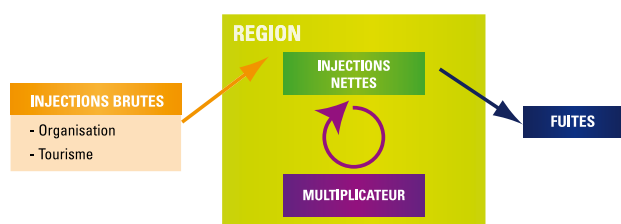
UNE MÉTHODOLOGIE RIGOUREUSE

Evaluer l'impact d'un évènement 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...

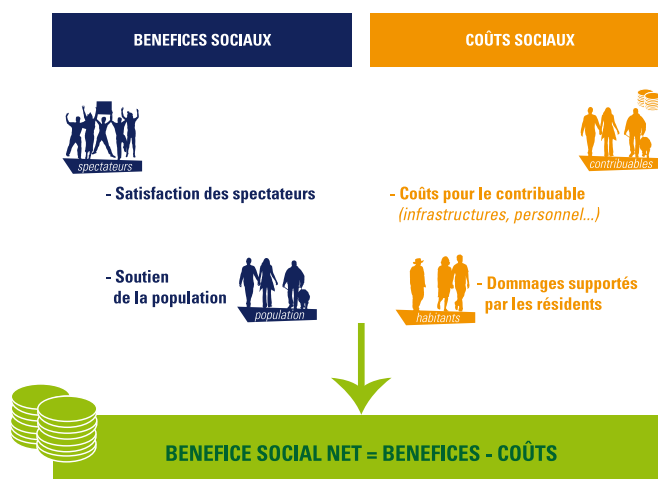
Cette approche correspond d'ailleurs à l'évolution actuelle de la vision du sport, véhiculée par exemple par la Commission européenne, et prenant mieux en compte sa dimension éducative et sociale : lien social et lutte contre l'isolement, insertion de publics en difficulté (*jeunes, handicapés*), santé,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

Le circuit économique de la CMR



La rentabilité sociale de la CMR 2007



Retombées économiques = Injection nette x Multiplicateur
Avec Injection nette = Injections - fuites

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 évènements 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 ; voir lexique*)

La mesure de l'utilité sociale consiste quant à elle à évaluer, pour ce même territoire, la satisfaction créée par l'évènement pour les spectateurs et les habitants, puis à calculer le bénéfice social (*ou la perte*) net(te) de l'évènement, une fois défalqués 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 matchs 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 ampleur considérable

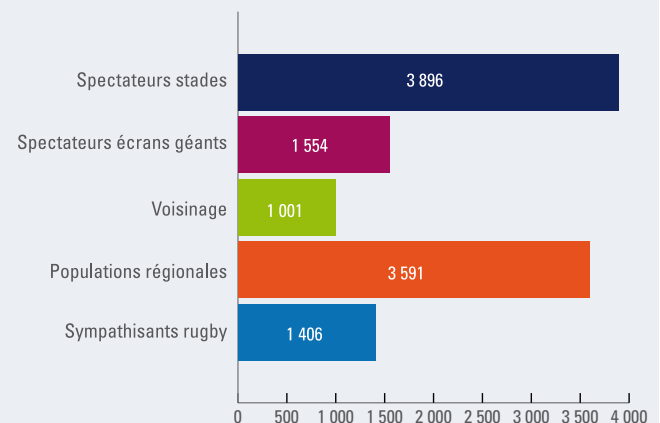
La coordination nationale de cette étude a été assurée par un comité national de pilotage qui s'est appuyé sur l'expertise du Centre de droit et d'économie du sport de l'Université de Limoges ; le travail d'enquête a été effectué par plus de 200 enquêteurs placés sous la responsabilité de coordonnateurs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

Nombre de questionnaires



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...

LEXIQUE

Analyse coûts-avantages : méthode consistant à calculer le solde des bénéfices et des coûts d'un projet donné (*événement, équipement*) ; le bénéfice social net ou le coût social net calculé permet d'apprécier l'utilité sociale du projet, et de statuer sur sa légitimité.

Retombées économiques (ou impact économique) : augmentation, liée à un projet particulier, de la valeur ajoutée ou de l'emploi sur un territoire donné. Dans l'étude sur la CMR 2007, l'impact économique est calculé à partir de la théorie de la base et

correspond au produit d'une injection nette (*obtenue par la différence entre les flux financiers entrant et sortant du territoire*) et d'un multiplicateur.

Utilité sociale : concept issu de l'économie du bien-être (*welfare economics*) correspondant dans la présente étude au bien-être procuré par la CMR 2007. L'utilité sociale de la CMR est la somme de la satisfaction retirée par chaque individu, ayant ou non assisté à la manifestation, du fait de la tenue de celle-ci.



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.

Impact national de la CMR

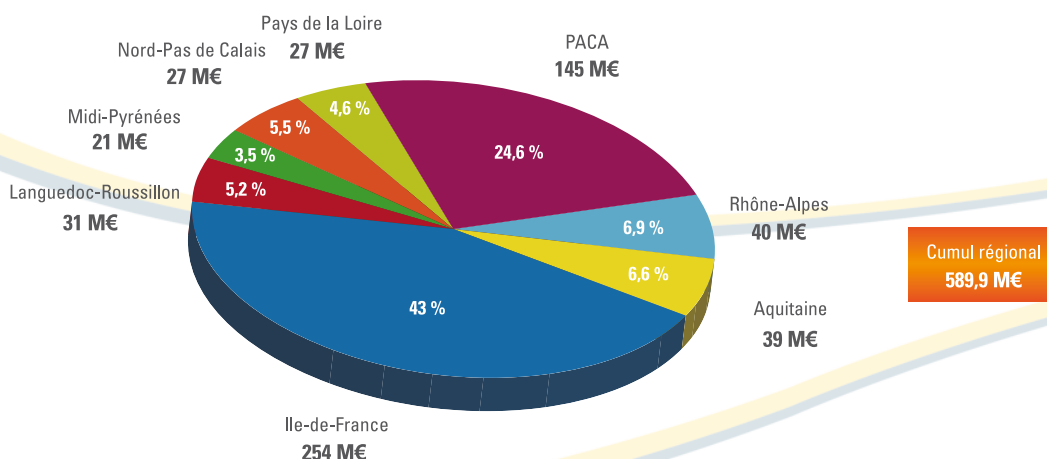
	Injection nette	Impact économique total	Part de chaque type de dépenses dans l'impact total
IMPACT ORGANISATION	27 237 723 €	69 878 966 €	12,9 %
IMPACT TOURISME	183 145 316 €	468 842 010 €	87,1 %
IMPACT TOTAL	210 441 787 €	538 730 975 €	100 %

L'impact économique régional : des situations contrastées

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.

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



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

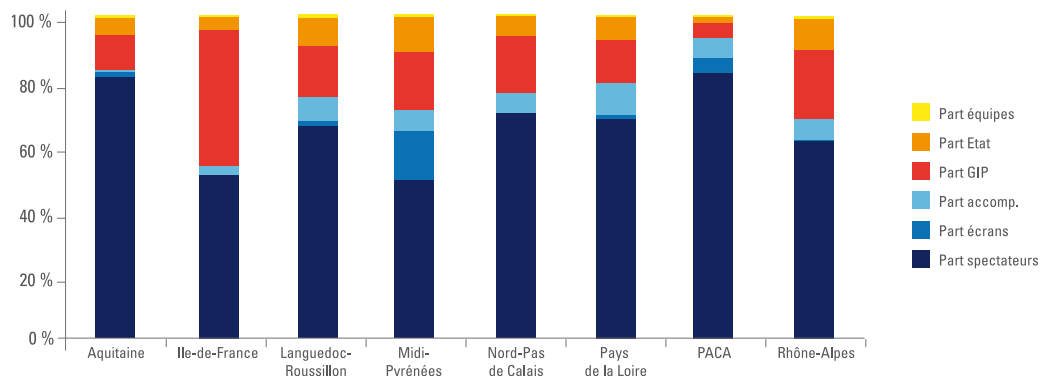
Comme au plan national, l'impact touristique régional résulte des dépenses des visiteurs venus pour la CMR 2007 (spectateurs « stades », spectateurs « écrans géants », et accompagnateurs) ; mais, différence significative, les dépenses des spectateurs français résidant en dehors de la région concernée sont prises en compte pour le calcul de l'injection nette. L'impact organisation émane des dépenses du GIP et de l'Etat (pour l'impact national les dépenses de l'Etat 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 Etat 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.

Structure de l'impact en région (en %)



crédit photos : I.PICAREL/FFR

LEXIQUE

Effet de substitution : il concerne les dépenses des agents du territoire (habitants, entreprises et collectivités publiques de la région pour l'impact régional et du pays pour l'impact national), qui auraient effectué d'autres types de dépenses que celles liées à la CMR 2007, si elle n'avait pas été organisée en France. De ce fait, leurs dépenses liées à la CMR 2007 ne sont pas prises en compte dans le calcul de l'impact.

Fuites : flux financiers sortant du territoire en direction d'agents extérieurs qui contribuent à affaiblir l'injection et à amortir le processus multiplicateur.

Injections : flux financiers entrant sur un territoire en provenance d'agents extérieurs. Une subvention d'Etat bénéficiant à un agent situé

dans une région constitue ainsi une injection qui est prise en compte dans le calcul des retombées économiques. L'injection nette est obtenue par la différence entre injections et fuites.

Multiplicateur : concept issu de la théorie keynésienne permettant de tenir compte des mécanismes en chaîne faisant que les dépenses des uns correspondent aux revenus des autres. Ainsi, la circulation des revenus entre les différents agents économiques d'un territoire donné implique qu'une injection de revenus par des agents extérieurs engendre généralement un accroissement du produit total supérieur à ladite injection (si le multiplicateur est supérieur à 1).

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

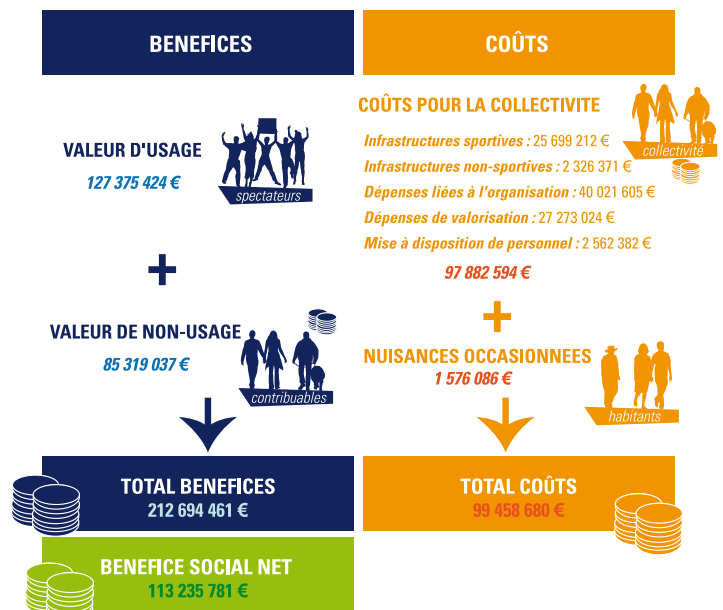
d'euros de bénéfices et moins de 100 millions d'euros de coûts.

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 (*voir lexique*). 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 matchs dans les stades ou sur les écrans géants. Elle se mesure par le consentement à payer (*voir lexique*) 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.

Le bilan coûts-avantages au plan national



Le bénéfice social net de la CMR est évalué à 113 M€, soit une moyenne de 14 M€ par région.



crédit photos : I.PICAREL/FFF

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 événements sportifs mondiaux, les dépenses d'infrastructures (*sportives et non-sportives*) n'ont ainsi représenté que 28% du total des coûts. A 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 événements sportifs du type Coupe du monde de football. La CMR 2007 aura donc été de ce point de vue une totale réussite.



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 44,5 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.

LEXIQUE

Consentement à payer : somme qu'un individu est prêt à consacrer pour bénéficier d'un bien ou d'un service ; traduit l'utilité ressentie par le consommateur. Dans l'analyse coûts-avantages mobilisée pour cette étude, le consentement à payer est l'expression monétaire du bien-être ressenti par différentes catégories de population (contribuables régionaux, fans de rugby et riverains des stades) en dehors même de la consommation des rencontres dans les stades ou sur écrans géants.

Externalité : impact de l'activité d'un agent affectant, positivement ou négativement, le bien-être d'autrui sans que l'agent subissant une externalité négative soit indemnisé et que l'agent générant une externalité positive en retire un quelconque bénéfice monétaire. La pollution, le bruit, la congestion routière ou le hooliganisme constituent traditionnellement les principales externalités négatives liées à l'organisation des grands événements sportifs. Dans le cas de la CMR 2007, les nuisances occasionnées ont été très limitées.

Méthode des coûts de transport : méthode permettant d'évaluer la valeur d'usage liée à un événement par l'ensemble des dépenses engagées pour se rendre à celui-ci.

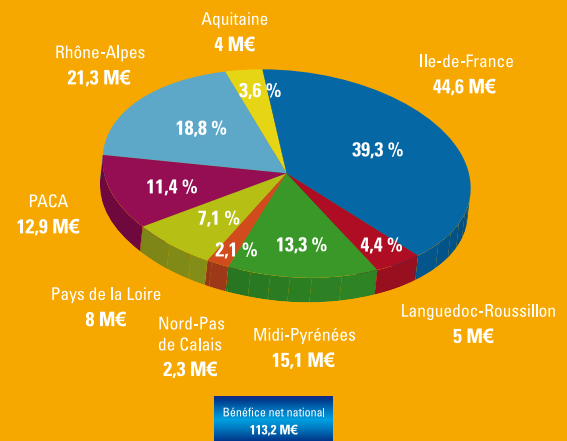
Valeur de non-usage : utilité ressentie du fait de l'existence d'un bien ou d'un service non consommé par un individu (valeur d'existence) ou consommé de manière différée (valeur d'option ou valeur de legs). Dans le cas de la CMR 2007, la valeur de non-usage est principalement liée à la satisfaction des contribuables du fait du bénéfice moral qu'ils retirent de l'organisation de cet événement dans leur pays et/ou leur région.

Valeur d'usage : utilité ressentie par un individu du fait de l'usage d'un bien. Dans cette étude, la consommation de l'événement sportif par les spectateurs « stades » et « écrans géants » leur procure un agrément qui a été évalué à travers la méthode des coûts de transport.

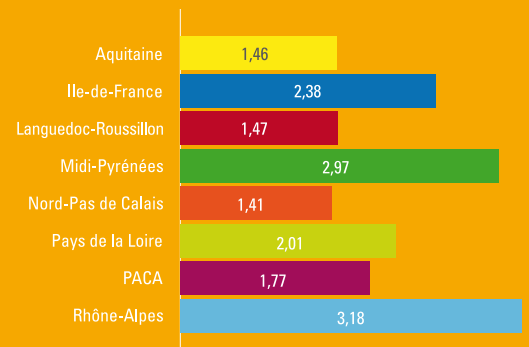
RÉGIONS

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



CHIFFRES CLÉS

- 2,25 millions de billets vendus
- 95,4% de taux de remplissage pour les matchs 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

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.

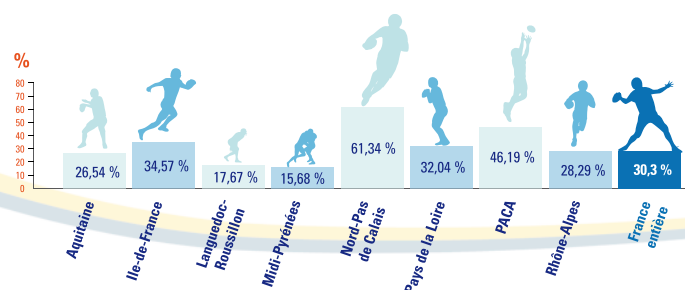
Mais, à plus long terme, l'impact économique de la CMR 2007 ne devrait pas se limiter à cette augmentation ponctuelle de revenu. En effet, la réussite de cette manifestation pourrait participer à la création d'une véritable culture d'accueil d'événements sportifs qui, si elle se développe, contribuera 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 61,3% 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



Etude réalisée par le Centre de droit et d'économie du sport sous la direction de Eric BARGET et Jean-Jacques GOUGUET.

Ce document reprend de manière synthétique les fondements méthodologiques majeurs et les principaux résultats de l'étude, développés par ailleurs dans un rapport final de près de 300 pages.

CDES
Centre de
Droit et
d'Economie du
Sport