

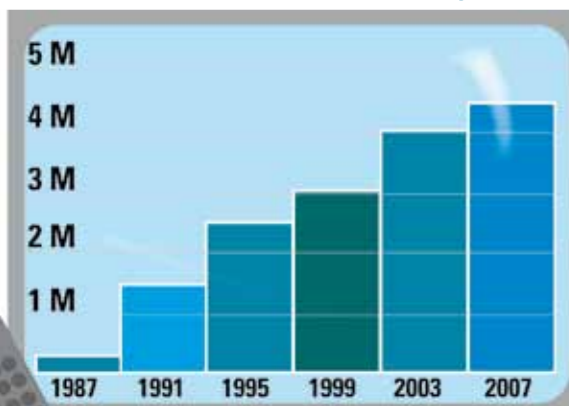
FOCUS

FOCUS

Mondial de rugby 2007 : Quels enjeux pour le rugby français et ses acteurs ?

C'est une première pour le rugby mondial, la prochaine Coupe du monde de rugby se déroulera pour la première fois depuis sa création (1987) dans un pays non anglophone. Ainsi, la France accueillera cet événement mondial du 7 septembre au 20 octobre 2007. Cette manifestation s'impose en relativement peu de temps comme l'un des événements sportifs internationaux majeurs, après les Jeux olympiques et la Coupe du monde de football. Dès lors, les acteurs du rugby français et la France, en tant que pays organisateur, vont-ils savoir profiter de cet accélérateur de croissance et de médiatisation ?

Audiences TV cumulées (en milliards de téléspectateurs)



Un enjeu politique

Préférée à l'Angleterre pour organiser la 6^e Coupe du monde de rugby, la France doit transformer l'essai en proposant au public un bel événement. Depuis l'échec de la candidature française aux JO 2012, la France cherche à renforcer sa présence au sein des instances sportives internationales. Aussi, un succès de cette manifestation lui permettrait d'asseoir sa position au cœur du rugby mondial. Par ailleurs, c'est également une opportunité de démontrer à nouveau ses qualités d'accueil et d'hospitalité.

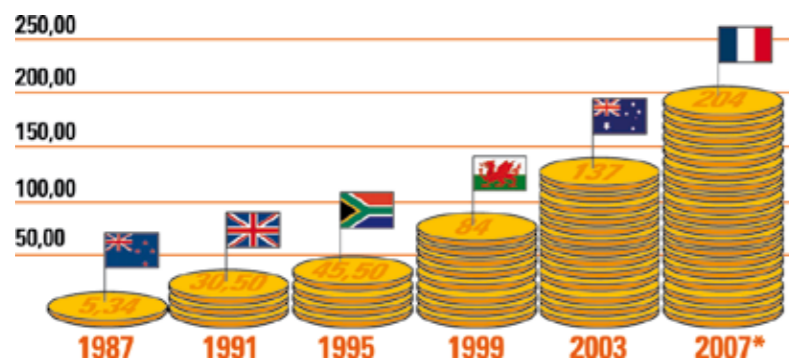
Un enjeu sportif et structurel

Pour l'occasion, un groupement d'intérêt public (52 % Fédération française de rugby, 46 % Etat et 2 % CNOSF) a été créé. Il est chargé de toute l'organisation et du déroulement de la compétition. Celle-ci va évoluer autour de 12 villes hôtes, 10 françaises (Bordeaux, Lyon, Lens, Marseille, Montpellier, Nantes, Paris, Saint-Denis, Saint-Étienne et Toulouse) et 2 étrangères (Cardiff - Pays de Galles, et Edimbourg - Ecosse). Cette dispersion de l'événement lui procure un véritable caractère de proximité, qui devrait faciliter l'adhésion et la participation de l'ensemble de la population nationale à l'événement. Car l'un des enjeux pour le comité d'organisation ainsi que pour la Fédération française de rugby est de faire de cette Coupe du monde une véritable fête populaire et de créer autour de la manifestation un engouement pour le rugby. Même si le rugby se positionne au second rang des sports préférés des français, il est surtout développé au sud de la

Loire. Il s'agit donc d'une opportunité de le promouvoir sur l'ensemble du territoire afin de conquérir de nouveaux publics pour la pratique mais également pour le spectacle rugby. En effet, l'émulation générée par ce type d'événement doit agir comme un accélérateur pour le rugby français que ce soit par rapport au nombre de licenciés, à la structuration des clubs ou à l'intérêt du public pour le rugby et son spectacle.

Un enjeu financier

Le second enjeu pour le comité d'organisation est d'équilibrer les comptes de l'événement. Le budget d'organisation de la coupe du monde se situe autour des 218 millions d'euros (M€), et est principalement constitué par les recettes liées à la billetterie (197 M€) étant donné que l'ensemble des recettes commerciales (droits TV, recettes sponsoring et marketing), estimées à 190 M€ pour cette édition, sont directement gérées et encaissées par la filiale commerciale (Rugby World Cup) de la Fédération internationale de rugby (IRB). D'autre part, le comité d'organisation s'est engagé à reverser 72 M€ à l'IRB au titre du fonds de garantie. L'Australie, lors de la précédente édition, avait versé « seulement » 18 M€... Toutes les ressources dégagées grâce à la Coupe du monde de rugby par la fédération internationale et sa filiale servent principalement à financer le développement du rugby dans le monde (aide aux fédérations, championnat du monde des jeunes, phase qualificative de la coupe du monde...). Quelques jours avant le lancement de la Coupe du monde, plus de 2



Budget d'organisation (M€)
*Prévisions

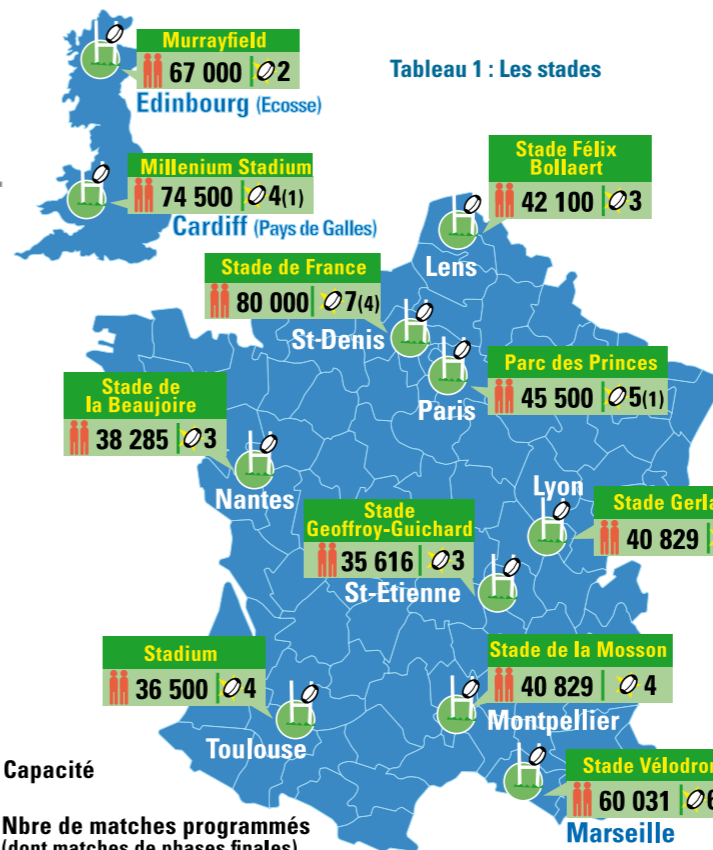


Tableau 1 : Les stades

Capacité
Nbre de matches programmés (dont matches de phases finales)

millions de billets avaient été vendus, ce qui correspond à 85 % de la capacité de vente. Par ailleurs, au terme de la première semaine de la compétition, les stades affichent un taux de remplissage moyen de 89 %, et de 94 % en France. Au final, le comité d'organisation espère dégager un bénéfice, estimé à environ 5 M€. C'est bien moins que les 22 M€ de l'Australie en 2003 mais cela devrait tout de même permettre à la fédération française d'en redistribuer une partie pour le développement du rugby, notamment dans les territoires ayant accueilli la compétition.

Un enjeu médiatique

Le Mondial de rugby affole tous les compteurs, tous les chiffres sont en constante progression : budgets, recettes sponsoring, droits TV, audiences... Les stades devraient être bien remplis, plusieurs matches affichent complets, c'est au total plus de 2 millions de spectateurs qui devraient assister à l'ensemble de la manifestation. Par ailleurs, compte-tenu des audiences de dernier Tournoi des 6 nations sur France Télévisions ainsi que celles du Top 14 sur Canal Plus, les téléspectateurs devraient être également au rendez-vous. Ils étaient plus de 14 millions en France devant leur télévision

pour la finale France-Australie en 1999, et l'édition 2003 aurait été suivie par plus de 3 milliards de personnes, en audience cumulée, dans plus de 200 pays. Le groupe TF1 a bien mesuré les enjeux d'un tel événement et a ainsi remporté pour 40 M€ les droits de retransmission pour l'édition 2007. TF1 assurera également la production des images pour le monde entier. Dès lors, la communication autour d'un tel événement suscite nécessairement un fort intérêt pour les entreprises. Très vite dans le déroulement du calendrier de l'organisa-

tion, les contrats de sponsoring ont été signés : 6 *Top sponsors* à 4,9 M€ le *ticket* d'entrée, 6 sponsors officiels à 2,5 M€ et plusieurs fournisseurs officiels pour des montants différents. De la même manière, le programme d'hospitalité pour les opérations de relations publiques se vend très bien aux entreprises. Au-delà des prix attractifs proposés pour un tel événement, le rugby bénéficie d'une image et de valeurs souvent très recherchées pour ce genre de prestation.

Nathalie HENAFF

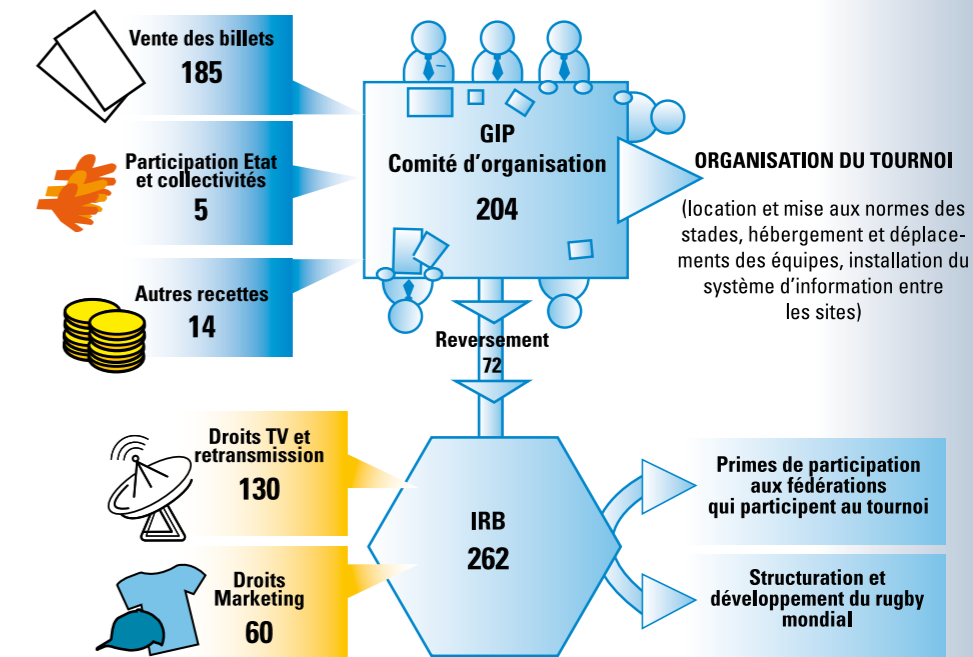


Schéma des flux d'argent prévisionnels de la Coupe du monde de rugby 2007 (en millions d'euros)