



Le Point sur ...

Responsable de rubrique : Frédéric Bolotny

- Le tour d'horizon synthétique et chiffré, d'un marché, d'une discipline, d'un territoire...

LES ENJEUX ECONOMIQUES DE LA COUPE DU MONDE DE RUGBY 2007 EN FRANCE

Éric BARGET

*maître de conférences à la faculté
des Sciences du Sport de Poitiers
chercheur au CEREGE
(IAE de Poitiers)*

La coupe du monde de rugby est l'un des principaux spectacles sportifs mondiaux de par les foules qu'elle attire et son audience télévisée, mais en même temps le rugby est un sport fortement régionalisé tant au plan national qu'à l'échelle mondiale, de sorte que l'on peut légitimement s'interroger sur les enjeux réels de l'accueil de cet événement. Il est trop tôt pour pouvoir pleinement évaluer⁽¹⁾ les effets de cette manifestation pour les territoires d'accueil, néanmoins il est possible, à la lumière des études portant sur de précédentes éditions ainsi qu'en s'appuyant sur les spécificités de l'édition française, d'essayer d'anticiper en quoi les territoires concernés pourraient s'en trouver affectés. Compte tenu des caractéristiques de l'organisation de la coupe du monde, qui en font davantage un produit marketing assurant des recettes importantes à l'IRB plutôt qu'un vecteur du développement économique et social des territoires d'accueil, il est argumenté que les effets seront probablement plus significatifs en terme d'expansion du rugby plutôt qu'en terme de retombées économiques ou de legs d'un patrimoine rugbyistique.

EN RÉSUMÉ

⁽¹⁾ Une évaluation a été lancée à l'initiative de la délégation interministérielle aux grands événements sportifs (DIGES), selon une méthodologie élaborée par les chercheurs du CDES ; néanmoins les résultats ne seront connus qu'en début d'année 2008.

La coupe du monde de rugby (CMR) 2007 sera la première édition organisée par un pays qui n'est pas anglo-saxon. Elle se déroulera en France (6 matchs sur 48 au Pays de Galles et en Ecosse) du 7 septembre au 20 octobre 2007. Cette manifestation possède des caractéristiques qui rendent particulièrement opportune une réflexion sur son impact économique pour les territoires d'accueil (10 sites de compétition localisés sur 8 régions).

D'une part, la CMR fait partie des événements sportifs mondiaux les plus importants, puisque selon les instances du rugby, elle arriverait en troisième position (après les Jeux olympiques d'été et la coupe du monde de football), en fonction du nombre de spectateurs (2,4 millions de billets commercialisés pour 2007) et de la couverture médiatique (2 500 représentants des médias de 200 pays pour 4 milliards de téléspectateurs). Son ampleur apparaît encore au regard du nombre de bénévoles associés à l'organisation (6 000) ou du budget qui se monte à hauteur de 204 M€. Par ailleurs, la coupe du monde de rugby est un spectacle qui prend de l'importance puisqu'il n'y avait que 600 000 spectateurs et 300 millions de téléspectateurs lors de la première édition en 1987, en Nouvelle Zélande et en Australie. Si l'on ajoute que le budget est en hausse de 60% par rapport à l'édition australienne de 2003, on peut penser que les effets économiques de l'édition 2007 devraient être importants.

D'autre part, cet événement a pour support une activité, le rugby, dont la pratique se trouve fortement localisée, tant au plan infra-national (forte concentration dans le sud-ouest de la France), qu'au plan international (12 pays possédant réellement une « culture rugby » alors que 20 équipes⁽²⁾ vont disputer la CMR). Par ailleurs, l'International Rugby Board (IRB) qui possède les droits sur cette compétition a établi un cahier des charges particulièrement contraignant pour le pays d'accueil ; l'IRB s'assure l'essentiel des recettes commerciales (programme marketing à hauteur de 60 M€ pour 2007, droits TV pour 130 M€, recettes du programme VIP et loges) tandis que la billetterie doit quasiment à elle seule permettre de financer l'organisation. Ces éléments font craindre que les retombées soient plus limitées que prévues et profitent à l'extérieur (l'IRB est basée en Irlande) plutôt qu'au pays organisateur. Tout au moins, il est probable que les effets réellement enregistrés ne soient pas ceux attendus...

⁽²⁾ Certains articles évoquent d'ailleurs l'iniquité des compétitions entre des équipes aux moyens extrêmement différents, voir par exemple P. FITZ SIMONS, Rugby world Cup : so much for equity, *International Herald Tribune*, 27 octobre 2003.



BILAN ÉCONOMIQUE DES RUGBY WORLD CUP (RWC) 1999 ET 2003

La coupe du monde de rugby n'échappe pas à la généralisation des études d'impact économique comme on a pu le constater lors des deux éditions précédentes de la manifestation. Une étude des retombées économiques à court terme et à long terme a été menée lors de la RWC 2003 en Australie tandis qu'un bilan qualitatif s'apparentant à une esquisse d'analyse coûts-avantages a été établi lors de la RWC 1999 au Pays de Galles. Au-delà des différences quant au champ d'investigation et à la méthodologie retenue, un même enseignement s'en dégage, à savoir que dans les deux cas, les résultats apparaissent assez contrastés quant à l'ampleur des retombées, et les effets les plus importants semblent ne pas consister dans la création de richesses régionales, mais plutôt dans des effets d'entraînement sur le rugby amateur et professionnel.

A) Un impact économique contrasté : la RWC 2003 en Australie

L'étude sur la *Rugby World Cup* (RWC) 2003 en Australie traduit une première tendance des études d'impact, à savoir la sophistication des méthodes utilisées⁽³⁾, permettant une grande finesse dans les résultats mesurés (*URS Finance and Economics*, 2004). L'approche consiste en un modèle calculable d'équilibre général⁽⁴⁾ qui permet de simuler certes les variations de l'activité économique, mais également les mouvements de marchandises ou de facteurs de production (travail, matières premières...) et les fluctuations des prix. On peut alors trouver dans ce document des données précis qui seront autant de repère pour l'édition 2007.

⁽³⁾ Les approches les plus désagrégées du multiplicateur (modèle *input-output*) se diffusent, mais au-delà on assiste au développement de modèles sophistiqués (BARGET, 2006) tels des modèles calculables d'équilibre général ou des approches économétriques, qui, bien que reposant sur des hypothèses fortes, permettent d'obtenir des résultats particulièrement fins (par secteur économique, par catégorie sociale, selon la survenue temporelle, en fonction du type de dépenses qui en est à l'origine, en fonction de la répartition temporelle...).

⁽⁴⁾ Il s'agit plus précisément du modèle *Monash Multiregional Forecasting Model* (MMRF) développé par Naqvi et Peter (NAQVI F. & PETER M.W., 1996), qui modélise les relations entre cinquante secteurs de l'économie australienne.

1) *Un impact contrasté quant à son montant*

A court terme, les effets sur le développement économique semblent significatifs, ils se montent à 289 M\$ de valeur ajoutée (soit 0,05% du PNB), à 4 476 emplois équivalent temps plein⁽⁵⁾, et à 96 M\$ de recettes fiscales complémentaires (ce qui ne couvre pas la dépense publique additionnelle de 110 M\$). La balance commerciale s'en est trouvée pour sa part améliorée de 14 M\$. Si ces chiffres semblent de prime abord élevés, il faut néanmoins relativiser par rapport aux autres événements sportifs majeurs. Ainsi, (tableau 1) si les bénéfices économiques de la coupe du monde de rugby 2003 en Australie ont été non négligeables, ils apparaissent beaucoup plus limités que ceux des Jeux olympiques, de la coupe du monde de football et ceci même en tenant compte des différences de taille des événements : l'audience cumulée est 9 fois moindre pour la RWC 2003 que pour la coupe du monde de football 2002, mais l'impact sur la valeur ajoutée est 96 fois moins grand. Alors, indubitablement, la coupe du monde du rugby apparaît comme une bonne affaire pour les instances internationales de ce sport, P. Chaix (Chaix, 2006) rappelant que le budget de l'IRB⁽⁶⁾ fait plus que tripler entre une année sans la RWC (29,9 M€ en 2002), par rapport à une année où le trophée Webb Ellis est attribué (103,2 M€ en 2003)... mais le constat est beaucoup plus nuancé pour les territoires hôtes, tout au moins en terme de richesse créée.

⁽⁵⁾ Il s'agit d'un emploi occupé à la coupe du monde à temps plein pendant un an, une unité de mesure incontournable étant donnée la diversité des contrats concernés, et le fort recours au bénévolat.

⁽⁶⁾ L'IRB utilise ensuite ces fonds aux 2/3 pour le développement du jeu et les redistribue aux unions nationales par le biais d'une association par continent (FIRA-AER pour l'Europe).

Tableau 1 : Comparaison de l'impact économique de la coupe du monde de rugby 2003 en Australie avec d'autres grands événements sportifs

| Événements | Production (M\$) | Valeur ajoutée (M\$) |
|--|-------------------------|-----------------------------|
| Coupe du monde FIFA (Corée Japon 2002) | 53 200 | 27 700 |
| Jeux Olympiques (Sydney 2000) | - | 6 500 |
| Coupe du Monde de Rugby (Australie 2003) | 494 | 289 |
| Spring Carnival (Victoria 2002) | 209 | 83,9 |
| Grand Prix de Formule 1 (Melbourne) | 139 | - |
| Open de tennis d'Australie (Australie, 1997) | 25 | - |

Source : U.R.S, p.5-5 (2004)

Les effets sur la longue période sont toujours difficiles à mesurer car le lien de causalité entre l'événement et les fluctuations d'activité constatées est particulièrement mal aisé à établir. Cet impact est à la fois lié à l'exposition médiatique de la région, et aux visites répétées de spectateurs venus pour le rugby la première fois. Le rapport Ernst & Young (Ernst & Young, 2003) effectue une estimation en posant l'hypothèse que le rôle promotionnel de la RWC est, en proportion de l'audience télévisuelle cumulée, identique à celui des JO de Sydney 2000 pour lesquels un suivi des flux touristiques a été opéré (Arthur Andersen, 2000). Utilisant une simple règle de trois par rapport à l'audience (critère discriminant de la renommée touristique que l'on pourrait discuter), les auteurs concluent que la RWC aurait attiré 5 755 visiteurs additionnels (voir tableau 2) durant les deux années suivant l'événement (2004-2005) soit une dépense supplémentaire de 27,3 M\$ après valorisation à partir des données du bureau de recherche sur le tourisme (BTR).

**Tableau 2 : Estimation de l'impact potentiel de long terme
de la R.W.C. 2003 sur la croissance touristique**

| Année | Nombre total de visiteurs* | Visiteurs additionnels estimés | Dépense additionnelle estimée (M\$) |
|--------------|----------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|
| 2004 | 5 060 000 | 5 718 | 27,1 |
| 2005 | 5 312 000 | 37 | 0,2 |
| Total | 10 372 000 | 5 755 | 27,3 |

Source : Ernst & Young, 2003

Les données précédentes méritent d'être mises en perspective par rapport à la fréquentation habituelle à l'échelle nationale, les touristes supplémentaires ne représentent que 0,055 % du total. Qui plus est, les résultats de l'étude montrent que les effets s'estompent finalement assez rapidement, puisque des répercussions positives sur le tourisme ont été notées sur deux années uniquement.

2) Un impact contrasté quant à sa structure

L'étude indique par ailleurs que les effets d'entraînement économique n'ont rien d'automatique, certains espaces et secteurs économiques pouvant y perdre.

Ainsi, si certaines régions ont profité pleinement de l'aubaine que constitue la RWC, la valeur ajoutée progressant de 218 M\$ en Nouvelle Galles du sud, de 40 M\$ dans l'Etat de Victoria, elle a régressé respectivement de 2 M\$ et de 1 M\$ en Tasmanie et dans les territoires du Nord. La capacité des territoires à attirer des populations extérieures, en partie due à la localisation des matchs, et leur aptitude à répondre aux demandes spécifiques de l'événement, expliquant ces différences.

De la même manière, des écarts importants apparaissent entre secteurs économiques. Le secteur de l'hôtellerie et du commerce (restaurants, cafés, commerce de gros et de détail...) est le principal bénéficiaire avec 145 M\$ de production supplémentaire, suivi de près par le secteur de la finance et des affaires (nettoyage des stades, assurances...) avec 121 M\$; le bilan est également positif pour le BTP, le transport routier, aérien, le tourisme, le secteur de

la communication, et celui des loisirs. En revanche, quatre secteurs se trouvent affectés négativement (le secteur manufacturier pour 167 M\$, et à un moindre niveau le secteur minier, de l'agriculture et la pêche, ainsi que le transport fluvial et par rail). Ces branches ne profitent pas directement d'une demande supplémentaire liée à la coupe du monde, en revanche, ils pâtissent d'une légère appréciation du taux de change qui abaisse leur compétitivité à l'exportation par rapport à leurs concurrents étrangers.

B) Des enjeux culturels et sportifs davantage qu'économiques : la RWC 1999 au Pays de Galles

Cette étude illustre une seconde tendance forte au dépassement de l'étude d'impact pour s'orienter vers des analyses coûts-avantages comme en fait état certaines publications scientifiques de référence (Barget & Gouguet, 2007a, Késenne, 2006). Il s'agit alors, de manière plus large, de voir les incidences de l'événement sur le bien-être économique de la population. La coupe du monde de rugby s'inscrit pleinement dans ces préoccupations méthodologiques dans la mesure où, étant données les modalités d'organisations édictées par l'IRB, ainsi que la moindre concurrence pour devenir pays d'accueil (par rapport aux JO par exemple), si l'on n'étudiait que l'impact sur la valeur ajoutée, on passerait à côté de l'essentiel. C. Jones (Jones, 2001) fait d'ailleurs état de la nécessité « *d'aller au-delà du discours convenu sur les retombées économiques et d'apprécier quel est réellement l'intérêt de la RWC pour la population, puisque tel doit être le critère qui guide l'action publique* ». Qu'est-ce que la RWC 1999 au Pays de Galles a réellement changé selon C. Jones ?

1) Un renforcement de l'identité culturelle et sportive du Pays de Galles

C. Jones, à l'issue de son analyse pour l'essentielle descriptive de la coupe du monde, considère que l'accueil de la RWC à Cardiff a été un succès significatif pour la ville et le pays. Des bénéfices ont pu être constatés en terme de participation et d'acceptation de l'événement du fait que le rugby revenait à la nation qui en est la source spirituelle (avec la Nouvelle Zélande). Ce succès populaire

qui contribue largement à la réussite des grands spectacles sportifs, a montré l'aptitude de la région à attirer des événements prestigieux. Le Pays de Galles a été perçu comme une zone accueillante et en mouvement avec une culture dynamique, un espace prêt pour le nouveau millénaire avec une confiance renouvelée.

La RWC 1999 a été décisive dans le choix de construire un équipement particulièrement cohérent avec la dynamique culturelle de ce territoire, le Millennium Stadium. Cette enceinte modulable pouvant compter jusqu'à 72 000 places, adaptable à différents sports, à la culture, et aux conférences, se trouve localisée à proximité du centre ville. Le stade constitue d'autant plus une aménité pour la population, que son financement reposait à 40% sur la loterie nationale et sur les recettes billetterie de la fédération galloise, laissant peu de charges à la collectivité. Les aménagements ne concernent pas seulement la dimension sportive, mais aussi les équipements publics de transport. Le système ferroviaire a été remis à niveau, les stations de bus améliorées, les voies pédestres développées, tout cela participant à faciliter les déplacements et contribuant ainsi à la qualité de vie de la population.

Les effets positifs reposent alors essentiellement sur la constitution d'un patrimoine sportif (le Millénum Stadium), qui participe à la dynamique culturelle et sportive du territoire.

2) Des opportunités manquées en terme économique et de communication

D'un point de vue strictement économique, et même si l'analyse proposée demeure qualitative, les bénéfices enregistrés semblent modestes, ceci d'autant plus que 4 autres nations étaient associées à l'organisation de la RWC 1999 (Angleterre, Ecosse, Irlande, France...). Cette pratique, sorte de tradition, permet à des pays ayant une taille assez limitée mais une culture rugby forte d'avoir la chance d'être hôte de la RWC ; cependant elle influe à la baisse sur l'impact enregistré, les retombées se diffusant à l'ensemble des pays hébergeant les sites de compétition, ce qui a pu fortement jouer dans le cas du Pays de Galles (8 matchs sur 41 seulement se déroulant dans le pays). C. Jones indique ainsi que « *pratiquement aucun profit n'a été tiré des recettes guichet, la plupart des dépenses des spectateurs interviennent hors de la région, et les bénéfices de long terme restent à démontrer* ». Il en

va de même pour les emplois créés qui concernent pour l'essentiel le court terme, l'auteur mentionnant toutefois les compétences humaines ainsi que les capacités organisationnelles que la région a pu acquérir, et qui représentent un atout pour l'avenir. Il n'y a pas nécessairement, dans le constat de la faiblesse des retombées économiques, une opportunité manquée pour le pays tant cela est largement une résultante des caractéristiques de la RWC telle qu'elle existe actuellement ; il n'en va pas de même pour les deux points suivants soulevés par C. Jones.

Les enjeux en terme de retombées médiatiques et d'image étaient parfaitement bien perçus par la population de Cardiff. Un sondage d'opinion du Cardiff Council City (Cardiff Council City, 1997) visait à arbitrer entre la construction d'un nouveau stade de rugby et un opéra avec des fonds publics, tandis qu'une enquête administrée à Cardiff (Ouillon, 1999) portait plus largement sur le soutien à l'accueil de la RWC. Dans les deux cas le résultat a été extrêmement positif⁽⁷⁾ pour la coupe du monde, les habitants la percevant d'abord comme l'occasion de renforcer la reconnaissance et la réputation internationale de la ville, et par ce biais d'améliorer son attractivité touristique. Les avis étaient tout à fait différents après la manifestation, comme le montre un article du *Guardian* (*The Guardian*, 8 novembre 1999), les personnes interrogées considérant alors que le Pays de Galles avait manqué l'opportunité que représentait la RWC pour son positionnement international en tant qu'entité commerciale ou lieu d'implantation privilégié d'entreprises touristiques. C. Jones indique de plus que, suite à des défauts de planification majeurs, la ville et le pays ont été perçus comme ayant fait preuve d'amateurisme dans l'organisation, et ayant favorisé la promotion d'intérêts particuliers. En effet, beaucoup de membres de la population ont ressenti une grande frustration du fait de l'impossibilité pour eux d'obtenir des places (*Rugby World Cup Ltd.* a diffusé 50% des tickets à l'extérieur du pays, et la fédération galloise a distribué les billets restant via ses clubs), et ont remis en cause le projet.

Que ce soit en terme d'image interne auprès des citoyens, ou externe auprès de la communauté internationale, le bilan est donc pour le moins mitigé.

⁽⁷⁾Tel n'est pas toujours le cas comme en témoigne le référendum mené à Innsbruck sur l'accueil des Jeux olympiques d'hiver pour la troisième fois, qui a débouché sur une désapprobation très prononcée et un renoncement à la candidature.

Des désaccords entre les résidents et les autorités sont apparus sur deux thèmes principaux. de controverse Il s'agit d'abord, avec la construction du Millenium stadium au centre de Cardiff, des nuisances ressenties par les commerçants et particuliers plus d'un an avant l'événement ; ces derniers étaient incommodés par les fermetures de routes, la poussière, et le bruit des constructions. Les effets négatifs ont été accrus par le fait que du retard avait été pris dans les travaux, obligeant les entreprises concernées à travailler 24 h sur 24 sur le site. Ensuite, les résidents ont été choqués par la proposition de la création d'un « *temporary redlight district* », lieu situé dans la zone industrielle dans lequel la prostitution serait provisoirement acceptée. Même si cette mesure était pensée de manière à limiter l'augmentation de ce type d'activités illégales dans les zones résidentielles, les habitants ont vu leur attention attirée sur cet effet pervers des grands événements sportifs⁽⁸⁾. C. Jones atténue néanmoins la portée de ces controverses sur la façon dont la RWC était organisée en indiquant que malgré tout il n'était jamais question pour le public ou les décideurs locaux de considérer que cela remettait en cause l'événement par lui-même.

L'auteur conclue qu'en tant qu'événement culturel et sportif, la coupe du monde a eu une importance incroyable pour le Pays de Galles, mais que comme vecteur de développement économique sa contribution a été modeste.

II.

QUELS ENJEUX POUR LA COUPE DU MONDE DE RUGBY FRANCE 2007 ?

Le cadre méthodologique le plus à même de permettre d'appréhender les effets de CMR France 2007 dans leurs diversités semble aujourd'hui, compte tenu des expériences passées (multiplication des études d'impacts surévaluant fréquemment les retombées à des fins politiques), et de la position actuelle des experts, devoir reposer sur une analyse coûts-avantages, dans la lignée des travaux issus de la théorie du bien-être. Ces aspects de méthodes ont fait

⁽⁸⁾ La RWC n'est pas spécifique en ce domaine, on se souviendra par exemple de la polémique née autour de la question de la prostitution lors de l'organisation de la coupe du monde de football 2006 en Allemagne.

l'objet de présentations détaillées par ailleurs (Barget & Gougnet, 2007b), de sorte qu'il n'est pas question ici d'en débattre à nouveau. Il s'agira plutôt d'éclairer les différentes dimensions de l'événement qui lui confèrent une valeur économique et sociale, en s'appuyant sur les éditions antérieures de la RWC, mais aussi sur les rapports rédigés spécifiquement sur la CMR 2007, sur les documents officiels issus des instances associés à l'organisation ou à la valorisation de la compétition (GIP, CLC...), ainsi qu'à partir d'articles de presse.

A) Dimension socio-culturelle

Les Français, et plus spécifiquement les habitants des régions d'accueil, vont retirer de la satisfaction de la consommation du spectacle sportif proposé. La proportion de billets vendus à des habitants de la région fluctue de 37% à Paris à 62% à Toulouse, mais il ne faut pas omettre le nombre important de personnes qui vont consommer le spectacle sur des écrans géants, ainsi que les habitants qui auront assisté gratuitement à des entraînements d'équipes hébergées dans leur région, par exemple deux entraînements de l'Australie devraient attirer plus de 5 000 personnes à chaque fois. Par ailleurs, les habitants peuvent participer aux actions d'animation organisées autour de la coupe du monde (1 500 animations sur les 10 sites concernés). Ces différents rendez-vous sont l'occasion de partager une culture commune autour du rugby, voire de renforcer l'identité régionale en particulier pour les territoires comme le sud-ouest où ce sport est fortement implanté. La fierté que peut ressentir la population du fait que le territoire sur lequel elle réside est capable de recevoir un événement exceptionnel, contribue à renforcer cet effet.

Du point de vue des effets négatifs, on peut craindre, comme dans le cas du Pays de Galles en 1999, que la difficulté d'obtenir des billets (en particulier pour les matchs des équipes favorites) ne soit source de frustration et de perte de satisfaction. Cette crainte repose sur le mode de distribution des billets, une part importante des places (autour de 35%) étant réservée aux « hospitalités », c'est-à-dire à des officiels et membres de fédérations, le reste étant diffusé à 84% par internet ce qui implique une concurrence élargie pour l'obtention des billets. Pour ne prendre que le cas de la finale, 800 000 places ont été demandées en novembre 2006 pour une capacité de 80 000 (entretien avec Bernard Lapasset, *Les Echos*, 8 novembre

2006), les bénéficiaires étant tirés au sort. De plus, le prix des billets (la moitié des places se vendra de 10 à 50 € en phase éliminatoire et reste donc accessible au plus grand nombre, tandis qu'une entrée pour la finale vaudra 99€), peut faire percevoir la coupe du monde davantage comme un moyen de promotion de certains intérêts de la classe dominante plutôt que comme un spectacle populaire accessible à tous.

B) Dimension sportive

Des effets structurants sur la pratique du rugby et son économie à long terme peuvent aussi être concernés. Une estimation effectuée par l'Essec (Essec, 2007) repose sur l'avis de quarante « experts » dont des spécialistes de rugby, de sorte que quelques enseignements peuvent en être tirés sur ce point. Le nombre de pratiquants pourrait augmenter de 10% (passant de 350 à 385 000) ; l'occasion d'accompagner le développement du rugby féminin, et de stopper le recul de la pratique masculine. Le nombre de téléspectateurs rugby progresserait de 50% entre 2006 et 2008 (augmentant de 13 à 19,5 M). Le « *rugby business* » connaîtrait une expansion de 417 M€ sur la période, ce qui permettrait de mieux ancrer le rugby comme second sport le plus populaire en France en terme d'impact médiatique, de poids économique, et de notoriété. Encore faut-il se demander si cet effet va perdurer, et retrancher de ce gain du rugby les pertes d'autres sports (on retrouve ici les transferts de dépenses)⁽⁹⁾. Au-delà de l'aspect purement quantitatif, la propagation territoriale du rugby est en jeu. Si l'on superpose la carte des sites de CMR 2007⁽¹⁰⁾ et la carte de la répartition des licences rugby, on s'aperçoit que le décalage est total. Alors que les sites de la coupe du monde sont répartis sur l'ensemble du territoire, les pratiquants se concentrent largement dans le Sud-Ouest (Augustin, 1994) et en région parisienne. La CMR constitue un vecteur important de l'expansion géographique

⁽⁹⁾ Le président de l'Association Internationale des Economistes du Sport, R. BAADE, a attiré notre attention sur ce point lors d'un entretien daté du 15 mars 2007.

⁽¹⁰⁾ Sites en France : Nantes (La Beaujoire, 38 285 places), Lens (Félix Bollaert, 41 649 places), Bordeaux (J. Chaban Delmas, 34 462 places), Toulouse (Stadium municipal, 36 580 places), Montpellier (La Mosson, 35 500 places), Marseille (Stade vélodrome, 60 031 places), Saint Etienne (Geoffroy-Guichard, 35 616 places), Lyon (Gerland, 41 044 places), Paris (Parc des princes, 48 527 places), Saint Denis (Stade de France, 80 000 places).

du rugby amateur et professionnel. Ainsi des projets de grandes équipes existent à Lyon ou Marseille, alors que pour l'instant le football est toujours le sport roi. La CMR, c'est aussi le vecteur d'une plus grande acceptation du professionnalisme dans le monde du rugby et de sa structuration, la promotion dans l'hémisphère nord le jeu vif et spectaculaire pratiqué dans l'hémisphère sud (Mouchet *et al.*, 2007), sans parler des enjeux politiques pour les représentant français au sein de l'IRB.

Le propos doit néanmoins être nuancé. L'augmentation de l'affluence au stade n'est sans doute pas si évidente et mathématique que d'aucun voudraient le penser, et les résultats sportifs obtenus par l'équipe de France seront décisifs. Par ailleurs, l'implantation d'équipes dans les métropoles au tissu économique dense, au nord de la Loire pourrait avoir des effets pervers. Il y a un risque que ce soit au détriment des équipes de villes moyennes comme Perpignan ou Béziers où il y a une véritable culture rugby. Cela explique une certaine hésitation entre changement et conservatisme dans les institutions du rugby. La difficulté pourrait être contournée, à condition de penser à des modes de régulation, notamment du partage de certaines recettes afin de préserver les chances des villes moyennes et petites de figurer dans l'élite.

C) Dimension médiatique

Les grands événements sportifs sont perçus par les décideurs comme une opportunité pour accroître la notoriété, voire modifier de manière accélérée et durable l'image du territoire sur lequel ils se déroulent. Dans des pays comme la Grande Bretagne, de véritables stratégies de communication sont mises en place pour exploiter le potentiel du sport en tant qu'instrument de revitalisation urbaine et de repositionnement en terme d'image (l'exemple de Birmingham, ville minière est particulièrement évocatrice). Lors de la CMR, la France a l'occasion de montrer ses capacités en ce domaine, que ce soit pour la région du Nord-Pas-de-Calais qui souhaite promouvoir le Louvre II et communiquer autour de sa capacité à accueillir des populations sportives importantes dans l'optique d'attirer de la clientèle lors des jeux de Londres 2012, Nantes qui compte sur la coupe du monde pour combler son déficit d'image et de notoriété à l'international, Montpellier qui souhaite mieux faire connaître ses vins dans l'hémisphères sud...

Il faut toutefois noter que les modifications ne seront pas systématiquement positives et exceptionnelles, le cas de la RWC 1999 à Cardiff a montré que l'effet pouvait être l'inverse de celui escompté. Tout dépend de la plus ou moins grande réussite de l'organisation, et de la qualité des actions de communications entreprises. Le début de polémique sur le manque de communication autour de l'événement suggère que l'opportunité qui se présente à nous pourrait ne pas être autant exploitée⁽¹¹⁾ et de manière aussi habile⁽¹²⁾ qu'on pourrait le souhaiter.

D) Dimension économique

Pour ce qui concerne l'afflux touristique lors de la coupe du monde, on prévoit que 250 000 billets seront vendus à des étrangers, soit, en tenant compte des accompagnateurs, 350 000 à 500 000 visiteurs étrangers attendus sur notre sol. La proportion d'étrangers dans le public variera fortement (de 9% à Toulouse à 48% à Nantes), comme le montre l'analyse de la billetterie (Comité d'organisation de la coupe du monde de rugby, 2007). La part des visiteurs est particulièrement forte pour les sites accueillant des matchs de l'équipe d'Angleterre ou du Pays de Galles (Lens, Nantes et les deux sites franciliens) ; il en est ainsi en raison du fort engouement pour le rugby dans ces pays, et à cause de leur proximité avec la France (l'éloignement Nouvelle Zélande ou l'Australie explique qu'ils ne parviennent pas à être autant représentés en dépit de la place du rugby dans ces nations). La forte culture rugby locale et la programmation de l'équipe de France impliquent plutôt une forte proportion de spectateurs locaux comme à Toulouse. Le montant des dépenses effectuées par les visiteurs (plutôt que par des habitants de la région) variera donc vraisemblablement de manière significative d'un site à l'autre, mais on peut globalement s'attendre à un impact positif dans le secteur de la restauration, l'hôtellerie et les services ;

⁽¹¹⁾ Une enquête CSA réalisée en septembre 2006 montrait que deux Français sur trois ne savaient pas que la France accueillait la coupe du monde (*L'Humanité*, 18 octobre 2006).

⁽¹²⁾ Max GUZZINI, président du Stade Français et personne très influente du rugby a émis une opinion assez critique voici quelques mois : « la communication autour du Mondial de rugby manque de magie » (*Le Monde*, 15 octobre 2006).

la taille de ces retombées touristiques reste à établir⁽¹³⁾ dans la mesure où un effet d'éviction ainsi que des transferts de dépenses⁽¹⁴⁾ contribueront à le limiter. De même, il intervient généralement une désaffectation de la clientèle pour les commerces du centre ville les jours de matchs qu'il faudra mesurer pour l'édition 2007, et il conviendra de se demander si les dépenses n'ont pas simplement été effectuées à un autre moment, car dans le cas contraire l'impact s'en trouvera encore minoré. Mis à part cet impact touristique, il y a peu à attendre d'un point de vue économique, sur la courte période du fait des fuites importantes qui interviendront vers l'extérieur, pour l'essentiel en direction de la fédération internationale (via la société IMG et Rugby World Cup Ltd, filiale de l'IRB). Les droits télévisés⁽¹⁵⁾, le sponsoring⁽¹⁶⁾, les recettes VIP et loges sont autant de flux qui ne contribueront pas au développement économique du territoire puisque leur destination est internationale.

A long terme, la dynamisation économique interne dépendra beaucoup des opérations de relations publiques conduites à l'occasion de la manifestation. Afin d'optimiser ces effets économiques tout en générant des recettes pour l'IRB, 250 000 places associées à des prestations (accueil personnalisé, accès au village officiel, repas avant et cocktail après le match...) ont été vendues dans le cadre du programme RTH'07. Ces places ont été achetées à 74% par des sociétés françaises, le restant essentiellement par des sociétés de pays du rugby. Cela montre bien la volonté de communiquer par la coupe du monde et d'en faire un lieu où l'on peut faire de la relation publique et signer des contrats. Les résultats seront dans ce domaine extrêmement difficiles à mesurer, l'analyse devant s'inscrire dans la durée, et les liens avec la coupe du monde étant parfois ténus et difficiles à démontrer.

⁽¹³⁾ L'examen des deux éditions précédentes effectué dans la première partie ne donne que peu de repères quant aux dépenses des touristes tant ni l'isolement australien, ni la taille du Pays de Galles ne correspondent à la situation française.

⁽¹⁴⁾ L'effet d'éviction correspond aux dépenses qu'auraient dû effectuer les « touristes habituels » dans la région et qui n'interviendront pas, la visite étant annulée à cause de la CMR (capacité hôtelière saturée, annulation par crainte des nuisances liées à l'événement...). Il y a transfert de dépenses lorsque la date de la visite a simplement été modifiée, il ne s'agit alors pas d'un séjour additionnel dans la région et les dépenses effectuées auraient eu lieu sans l'événement.

⁽¹⁵⁾ Les droits TV se montent à 130 M€ au total dont 70 M€. versés par TF1 pour les coupes du monde 2007 et 2011 (40 M€ pour l'édition 2007).

⁽¹⁶⁾ Pour 2007, on dénombre 6 top sponsors qui auront déboursé chacun 4,9 M€, et 4 sponsors de deuxième rang ayant acquitté 2,5M€. (*La Tribune*, 20 octobre 2006).

E) Dimension patrimoniale

Le rôle de la CMR en terme d'aménagement du territoire (constitution d'un patrimoine sportif, ou amélioration des services publics) sera certainement assez limité en raison de la préférence accordée à l'aménagement de stades déjà utilisés pour la coupe du monde de football 1998⁽¹⁷⁾ plutôt qu'à de nouvelles constructions (on met à niveau les stades, on crée des terrains d'entraînement, on érige des écrans géants). Deux enceintes dédiées au rugby sont prévues : le stade Yves-du-Manoir à Montpellier, qui proposera 20 000 places (pour un coût de 60 M€), et servira aux entraînements de l'équipe d'Australie - le complexe sportif Jean Bouin, dans lequel la ville de Marseille a investi 6,7 M€, qui sera utilisé pour l'entraînement de l'équipe des All Black avant son premier match. Un grand parking a été construit à proximité du Stade de France pour accueillir les bus, ce qui constituera un agrément supplémentaire pour les futurs rendez-vous sportifs ou culturels dans cette enceinte.

Dans l'ensemble, on peut donc penser que les bénéfices liés à la réalisation de travaux seront relativement modestes. Certains spécialistes comme le responsable rugby sur Canal+ ont été jusqu'à déclarer que « le rugby ne profitera en rien du Mondial de l'année prochaine ; tous les matchs auront lieu sur des terrains non dédiés au rugby, les stades des clubs du Top 14 ne tireront aucun avantage de cette coupe du monde... » (*Midi Olympique*, 7 août 2006). L'auteur entend par là que des constructions de nouveaux stades sont souhaitables avec des places VIP pour combler le déficit du rugby par rapport au football en droits TV, or elles n'auront pas lieu dans la mouvance de la coupe du monde. Du même coup, mais faut-il s'en féliciter, les dommages supportés par les riverains du fait des travaux sont sans doute limités.

⁽¹⁷⁾ C'est ce qui a fait dire avec humour au sélectionneur de l'équipe de France de football, lors d'un entretien sur *France Info* daté du 27 août 2007 que « la coupe du monde de rugby se jouera dans nos stades... ».

F) Dimension environnementale

En ce qui concerne les effets environnementaux de la CMR, un bilan carbone réalisé par l'ADEME (ADEME, 2007) a montré que 570 000 tonnes équivalent CO₂ de gaz à effet de serre seraient émises, l'essentiel relevant des déplacements de spectateurs, en particulier depuis l'Océanie, l'organisation du tournoi lui-même « ne représentant que » 8% du total. Lors des matchs, 778 tonnes de déchets seront générées dans les stades (équivalent des déchets annuels de 2 000 personnes) et la consommation totale d'énergie par les stades se montera à 4 700 000 kWh. Ce constat a conduit l'ADEME, en relation avec le comité d'organisation, et des acteurs de la CMR, à élaborer des actions concrètes pour réduire les émissions et sensibiliser le public et les spectateurs à la thématique environnementale.

CONCLUSION

Il est encore trop tôt pour connaître ce qu'il restera de la coupe du monde de rugby 2007 en France, la seule ambition de ce point économique ayant alors été d'évoquer les enjeux majeurs de l'accueil de cet événement. Les études menées sur les précédentes éditions et les caractéristiques de la CMR suggèrent que l'impact sera probablement davantage sportif, social et culturel plutôt qu'économique, touristique et patrimonial. Il reste maintenant à attendre les conclusions de l'évaluation qui va être menée pendant et après la coupe du monde pour appréhender véritablement la portée des résultats obtenus.

BIBLIOGRAPHIE

- ADEME, Présentation du programme développé par l'ADEME dans le cadre de la coupe du monde de rugby France 2007, en collaboration avec le comité d'organisation, 20 juin 2007.
- E. BARGET, La mesure des effets économiques des spectacles sportifs : quelles évolutions depuis le début du millénaire, Journée d'étude sur la métalogistique des événements sportifs, CRO3S, Université d'Orléans, 2 mai 2006.
- E. BARGET et J-J. GOUGUET (2007a), Total economic value of sporting events, theory and practice, *Journal of Sport Economics*, Vol.8, n°7, avril 2007.
- E. BARGET et J-J. GOUGUET (2007b), Méthodologie de l'évaluation économique de la Coupe du Monde de Rugby 2007, *Revue Européenne de Management du Sport*, septembre 2007.
- Cardiff Council City (1997), National lottery funding bid – New stadium or Cardiff Bay Opera House, MORI opinion poll, Cardiff County Council Press Office.
- P. CHAIX (2004), *Le rugby professionnel en France : enjeux économiques et sociaux*, Paris, L'Harmattan.
- P. CHAIX (2006), The economics of professional rugby, in W. An-dreff & S. Szymanski (eds), *Handbook in economics of sport*, Edward elgar, Northampton, Etats-Unis.
- Comité d'organisation de la Coupe du monde de rugby 2007 (2007), Statistiques des ventes de billets par match actualisées au 15 mars 2007, et Statistiques des ventes de billets par ville actualisées au 2 février 2007, Paris.
- Essec - Chaire européenne de marketing sportif (2007), Les retombées économiques de la Coupe du monde de rugby 2007 en France, Etude pour le Comité d'organisation France 2007, 27 avril 2007.
- C. JONES (2001), Mega-events and host region impacts : determining the true worth of the 1999 rugby world cup, *International Journal of Tourism Research*, n°3, pp.241-251.
- S. KESENNE (2005), Do we need an economic impact study or a cost-benefit analysis of a sports event ?, *European Sport Management Quarterly*, vol 5, n°2, pp.133-142, juin 2005.

- A. MOUCHET, F. MARCHET, G. UHLRICH, D. BOUTHIER (2007), Rugby, style de jeu, identité locale et mondialisation, in J.-P. CALLÈDE et A. ME-NAUT, *Les logiques spatiales de l'innovation sportive*, Maison des sciences de l'homme d'Aquitaine, Pessac, 2007, pp.117-134.

- F. NAQVI, M.W. PETER (1996), A multiregional, multisectorial model of the Australian economy with an illustrative application, *Australian Economic Papers*, vol 35, n°66, pp.94-113.

- C. OUILLON (1999), *Analysis of the impacts of mega-events and stadia on tourism destination – case study of the rugby world Cup in Cardiff*, thesis, Bournemouth University.

- U.R.S. Finance and Economics (2004), *Economic Impact of the Rugby World Cup 2003*, pour le Département de l'Industrie, du Tourisme et des Ressources, Melbourne.