

---

Région et Développement n° 31-2010

---

## L'ACCUEIL DES GRANDS ÉVÉNEMENTS SPORTIFS : QUEL IMPACT ÉCONOMIQUE OU QUELLE UTILITÉ SOCIALE POUR LES RÉGIONS ?

L'EXEMPLE DE LA COUPE DU MONDE  
DE RUGBY 2007 EN FRANCE

Eric BARGET\* et Jean-Jacques GOUGUET\*\*

***Résumé** - Une aide publique des grands événements sportifs ne peut être justifiée par une seule étude d'impact économique. Il est nécessaire de mesurer aussi l'utilité sociale dans le cadre d'une analyse coûts/bénéfices. Cela permet de comparer les coûts engendrés pour la communauté d'accueil avec les bénéfices pour la population en termes de bien-être social. Pourtant, il y a toujours une forte demande d'études d'impact économique de la part des pouvoirs publics avant l'organisation de grands événements sportifs, alors que les études coûts/bénéfices sont quasiment inexistantes, d'où des décisions peu rationnelles en la matière. On peut même supposer que les résultats des études d'impact économique aient servi à justifier des décisions prises sur la base de considérations essentiellement politiques. Dans cet article, pour rendre compte à la fois de l'impact économique et de l'utilité sociale de l'organisation d'un grand événement sportif, nous proposons un test de légitimité que nous illustrons avec l'exemple de la Coupe du Monde de Rugby de 2007 en France.*

**Mots clés** : DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE RÉGIONAL, THÉORIE DE LA BASE, IMPACT ÉCONOMIQUE, GRANDS ÉVÉNEMENTS SPORTIFS, COUPE DU MONDE DE RUGBY, ÉCONOMIE DU BIEN-ÊTRE, ANALYSE COÛT-BÉNÉFICE, MÉTHODE D'ÉVALUATION CONTINGENTE.

**Classification JEL** : R11, R34, R58, L83, D70, I31

---

\* Maître de conférences, Université de Limoges, CDES-OMIJ. Mail : [eric.barget@univ-poitiers.fr](mailto:eric.barget@univ-poitiers.fr)

\*\* Professeur à l'Université de Limoges, CDES-OMIJ. Mail : [gouguet@cdes.fr](mailto:gouguet@cdes.fr)

## INTRODUCTION

L'analyse économique de l'impact des grands événements sportifs est à l'origine de multiples controverses au sein de la communauté scientifique des économistes du sport. Des débats existent à la fois sur ce qu'il convient de mesurer mais également sur l'instrument de mesure le plus approprié qu'il faut mobiliser pour appréhender au mieux les effets des grands événements sportifs sur les territoires d'accueil.

Néanmoins, depuis quelques années, les économistes du sport et plus généralement les spécialistes de l'évaluation économique ont abouti à un consensus. Ils considèrent que la légitimité de l'obtention d'un soutien public à l'organisation de telles manifestations ne peut pas reposer, comme on le constate la plupart du temps, sur un seul calcul d'impact économique. Il est préférable de mesurer l'utilité sociale ainsi créée et, dans le cadre d'une analyse coûts/bénéfices, de comparer les coûts engendrés pour la communauté d'accueil avec les bénéfices pour la population en termes de bien-être social. Si l'analyse coûts/bénéfices constitue ainsi un instrument labellisé d'aide à la décision pour l'organisation de grands événements sportifs, il ne peut pas en être de même pour le seul calcul de l'impact économique de ces événements.

Or, paradoxalement, il y a toujours une forte demande d'études d'impact économique de la part des décideurs publics avant l'organisation de grands événements sportifs, alors que les études coûts/bénéfices sont quasiment inexistantes. Cette omniprésence des études d'impact économique ex ante peut s'expliquer de plusieurs manières : par les résultats très favorables qu'elles annoncent généralement ; par la facilité apparente de compréhension de leur finalité et de leurs méthodes par l'opinion publique ; par la facilité du calcul des seuls effets tangibles...

Si un tel calcul est tout à fait respectable dans une optique de management et d'optimisation de l'impact d'un grand événement sur un territoire, il n'est absolument pas suffisant, à lui tout seul, comme critère de décision d'organisation de la manifestation.

Compte tenu de ces considérations méthodologiques, il est fort probable que la mauvaise interprétation de cet indicateur d'impact ait conduit les décideurs publics à prendre des décisions peu rationnelles. On peut même supposer que l'utilisation des résultats des études d'impact économique ait servi à habiller « scientifiquement » une décision prise a priori sur la base d'autres considérations (politiques principalement).

Dans un tel contexte, la décision d'accueil peut être appropriée s'il existe une forte corrélation entre les résultats obtenus avec les deux méthodes (impact et coûts/bénéfices). Dans ce cas, l'erreur d'utiliser l'étude d'impact comme aide à la décision ne sera pas dommageable. Par contre, dans le cas contraire, il y a un risque important d'organiser un grand événement sportif qui n'ait pas une totale légitimité.

Nous allons prendre l'exemple de la Coupe du Monde de Rugby (CMR) organisée en 2007 en France pour illustrer ces débats. Une première section présente la méthodologie et les principaux résultats du calcul d'impact de la CMR. Une deuxième section discute de la légitimité de l'organisation de la CMR au travers du calcul de son utilité sociale. Une troisième section analyse la relation entre l'impact économique et l'utilité sociale de la CMR en testant notamment une corrélation des rangs entre les huit régions d'accueil en France. Un test de légitimité est finalement proposé.

## 1. L'IMPACT ÉCONOMIQUE DE LA COUPE DU MONDE DE RUGBY

La surévaluation de l'impact économique des grands événements sportifs qui caractérise la plupart des études réalisées provient le plus souvent d'erreurs dans le calcul économique (Baade, 2005; Matheson et Baade, 2000). Dans un premier point, nous revenons sur les fondements méthodologiques d'un tel calcul, les erreurs à éviter et les difficultés dans la collecte de l'information. Dans un second point, nous présentons les principaux résultats relatifs à la CMR 2007 en France.

### 1.1. Fondements méthodologiques

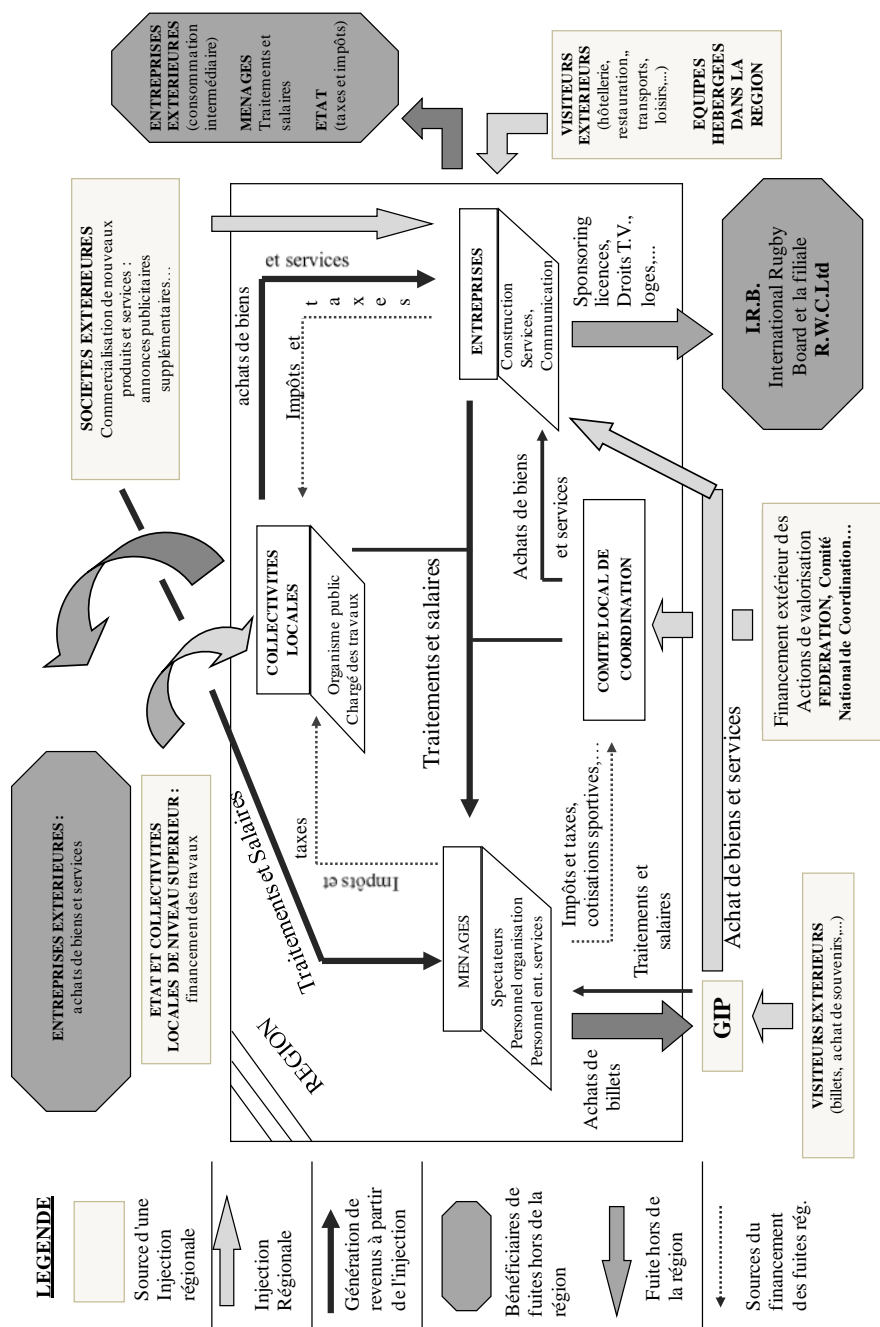
#### 1.1.1. Le circuit économique de la CMR

Le circuit économique de la CMR 2007 fait apparaître trois sources principales d'injection et de fuite (cf. figure 1) :

- les dépenses de consommation sont le fait des spectateurs «stades», des spectateurs «écrans géants», des équipes nationales et des accompagnateurs. On ne retient que les consommateurs extérieurs à la région (reste de la France et étrangers), ce qui permet de comprendre une partie des différences territoriales dans l'impact de la CMR 2007, le pourcentage d'étrangers et de spectateurs hors région variant selon les cas.
- les dépenses liées à l'organisation et à l'animation reflètent la spécificité de l'organigramme de la CMR 2007. Un Groupement d'Intérêt Public a été créé à Paris pour superviser l'organisation générale ; un comité local de coordination a été installé dans chaque région pour élaborer et mettre en œuvre les actions de valorisation. Mais surtout, la structure de financement est très spécifique, avec des fuites proportionnellement plus élevées que dans des compétitions comme les Jeux Olympiques ou la Coupe du Monde de football. Ainsi, l'IRB (International Rugby Board) propriétaire de la CMR, et dont le siège est en Irlande, perçoit directement l'essentiel des recettes commerciales de l'évènement (sponsoring, droits TV, VIP, loges pour un total de 130 M€ de droits médias et de 60 M€ de sponsoring). L'économie du GIP repose ainsi presque exclusivement sur les recettes de billetterie.
- les dépenses d'investissement concernent la construction et la rénovation des stades principalement. C'est l'Etat et les collectivités territoriales qui sont concernés ici pour le financement de telles opérations. Mais ces investissements sont restés très limités puisque l'évènement a été organisé dans des stades pré-

existants, accueillant habituellement des rencontres de football d'une capacité supérieure aux stades du rugby français.

Figure 1 : Le circuit économique de la CMR



Au final, il s'agit de repérer parmi tous les flux précédents, ceux qui sont issus d'agents extérieurs au territoire régional pour calculer les injections, de retrancher toutes les fuites hors territoire et d'appliquer le multiplicateur régional estimé à partir d'une méta-analyse (Vollet et Bousset, 2002). Ceci est en conformité avec la théorie de la base (Gouguet, 1981), qui est couramment utilisée pour les petits territoires. Dans le cadre de plus grands territoires, d'autres instruments peuvent être utilisés (modèle input-output, modèles macro-économétriques régionaux par exemple). Néanmoins, dans le cas français, il n'existe pas de véritable comptabilité régionale et il n'est pas possible ainsi d'appliquer les instruments que l'on trouve couramment dans les études anglo-saxonnes. C'est la raison pour laquelle nous avons retenu la théorie de la base. Toutefois, elle est très simple dans son principe mais plus difficile d'application quand les données nécessaires ne sont pas disponibles (injections, fuites, multiplicateurs). Voilà pourquoi, très souvent, cette déficience d'information explique les nombreuses erreurs dans le calcul de l'impact économique.

### **1.1.2. Précautions méthodologiques**

Trop souvent, les études de retombées économiques de grands événements sportifs surévaluent considérablement les résultats, du fait d'erreurs de calcul liées à une méthodologie insuffisamment rigoureuse (Preuss, 2006). Nous avons cherché à éviter les plus courantes :

- Non prise en compte de l'effet de substitution qui concerne les dépenses des agents locaux et doivent donc être exclues. Si la CMR n'avait pas eu lieu, les agents locaux auraient certainement effectué des dépenses d'une autre nature sur le territoire, d'où globalement une absence d'impact. Cela explique la seule prise en compte des dépenses des agents extérieurs à la région pour la détermination de l'injection nette.
- Non prise en compte du déplacement temporel de dépenses de consommation ou d'investissement. Cela concerne les décisions prises par les agents extérieurs avant la CMR et qui ont été simplement déplacées (avancées ou repoussées) pour se réaliser durant l'événement. On ne peut alors attribuer à la CMR l'augmentation du niveau d'activité correspondant. Notre questionnaire permet de repérer les individus qui ont déplacé leur visite. De même nous avons pu repérer les visiteurs occasionnels dont la présence sur les lieux de la manifestation n'est pas due à la CMR mais à des motifs professionnels par exemple. S'ils assistent au match, seule la dépense sportive additionnelle doit être prise en compte.
- Omission des effets d'éviction en matière de consommation ou d'investissement. Des visiteurs potentiels peuvent avoir été découragés de venir dans la région du fait de la crainte de la saturation du territoire ou de nuisances créées par la CMR. Nous avons élaboré un protocole de mesure de tels effets d'éviction sur la base de la comparaison des statistiques hôtelières entre septembre-octobre 2007 et septembre-octobre 2006. Un tel calcul n'a pas été fait systématiquement dans les régions d'accueil, nos entretiens approfondis nous ayant révélé que ces effets d'éviction étaient en l'espèce très faibles par rapport à d'autres grands événements sportifs mondiaux.

- Omission des fuites hors territoire (consommation ou investissement) ou au contraire double comptabilisation pour les injections (en sommant par exemple les ventes de billets aux spectateurs extérieurs, et les dépenses du GIP France 2007 financées par ces mêmes ventes de billets). Le premier problème est souvent source de surévaluation de l'impact quand on retient le montant brut de la dépense au lieu de la valeur ajoutée qui permet de prendre les fuites dues aux consommations intermédiaires ou aux produits importés. Il en est de même des double-comptes.

Toutes ces insuffisances conduisent en général à une surestimation de l'impact régional. Nous avons cherché systématiquement à traiter au mieux tous ces problèmes qui sont liés en fait à une déficience dans l'information.

### ***1.1.3. Collecte de l'information***

Au-delà de l'information régionale disponible (INSEE, chambres de commerce...) nous avons collecté l'information spécifique à la CMR selon deux modalités :

- des enquêtes par questionnaire avec 5 types de questionnaires différents : spectateurs stade, spectateurs écrans, voisinage, population régionale et sympathisants rugby (les trois derniers questionnaires relevant plutôt de l'évaluation de la rentabilité sociale). L'administration des questionnaires par des enquêteurs présents lors de chaque match n'a pas posé de problème majeur. Au global, près de 11 500 questionnaires ont été renseignés, ce qui est une première au niveau français, voire international.
- des entretiens approfondis réalisés auprès des représentants du GIP en région, des membres du comité local de coordination et des décideurs des collectivités territoriales impliquées. Pour la ventilation des dépenses d'organisation entre régions, ce sont les responsables du GIP France qui l'ont effectuée en relation avec la DIGES.

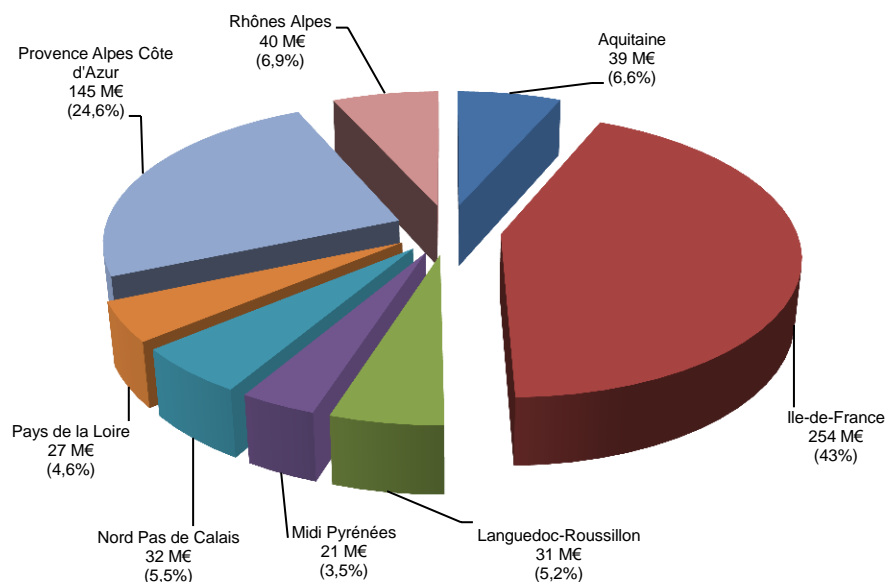
## **1.2. Principaux résultats**

### ***1.2.1. Répartition de l'impact global par région***

Le tableau 1 fait apparaître trois classes de régions :

- Classe 1- Ile-de-France (43%) et PACA (24,6%). A elles deux, ces régions représentent les deux tiers de l'impact total de la CMR en France.
- Classe 2- Aquitaine, Languedoc-Roussillon, Nord-Pas de Calais, Rhône-Alpes : l'impact est compris entre 5 et 7% de l'impact total.
- Classe 3- Midi-Pyrénées, Pays de la Loire : l'impact est inférieur à 5% du total.

Cette typologie peut être simplifiée en opposant Ile-de-France et PACA, d'un côté, et le reste des régions de l'autre. C'est en effet seulement dans ces deux régions que l'impact économique est vraiment significatif. Nous l'expliquons après.

**Figure 2. Répartition de l'impact économique de la CMR 2007 par région (M€)****Tableau 1. Répartition de l'impact économique par région (en %)**

	Impact GIP	Impact État	Impact Équipes	Impact Org.	Impact Spectateurs	Impact Écrans	Impact Accomp.	Impact Tourisme	IMPACT TOTAL
Aquitaine	2,8	7,9	9,2	3,7	8,4	3,9	1,2	7,8	6,6
Ile-de-France	74,2	36,0	39,8	67,5	33,9	6,7	27,5	32,7	43
Languedoc-Roussillon	3,4	9,2	11,6	4,4	5,4	4,6	7,6	5,6	5,2
Midi-Pyrénées	2,6	7,8	6,1	3,5	2,7	26,9	5,0	3,5	3,5
Nord-Pas de Calais	3,9	6,9	2,5	4,4	6,0	0	7,5	5,9	5,5
Pays de la Loire	2,4	7,2	4,1	3,2	5,0	3,5	9,7	5,3	4,6
PACA	4,6	11,1	15,4	5,9	31,9	53,5	32,3	32,6	24,6
Rhône-Alpes	6,1	13,8	11,3	7,4	6,6	0,9	9,2	6,6	6,9
	100	100	100	100	100	100	100	100	100

### 1.2.2. Structure de l'impact régional

De façon globale, c'est l'injection des consommateurs extérieurs (dénommée injection tourisme) qui est principalement à la source de l'impact avec les dépenses nettes des spectateurs (stades, écrans géants et accompagnateurs). Le reste de l'impact est le fait des dépenses nettes en matière d'organisation par le GIP, l'Etat et les équipes. Cet impact sur le plan du tourisme domine largement dans toutes les régions sauf en Ile-de-France (cf. tableau 2) :

- il est très élevé en PACA (93%), Aquitaine (83,1%) et Pays de Loire (79,5%) ;
- il représente environ 2/3 à 3/4 de l'impact total en Languedoc-Roussillon, Nord-Pas de Calais, Rhône-Alpes et Midi-Pyrénées ;
- il est plus faible en Ile-de-France (53,4%) où il s'équilibre quasiment avec l'impact organisation.

Ces résultats s'expliquent également par le fait que la CMR n'a pas fait l'objet de constructions nouvelles de stades, ce qui réduit d'autant l'injection organisation.

**Tableau 2. Part et nature de l'impact touristique**

	Impact Tourisme	dont Spectateurs	dont "Ecrans géants"	dont Accomp.
Aquitaine	83,1%	97,5%	1,5%	1,0%
Ile-de-France	53,4%	93,8%	0,6%	5,6%
Languedoc-Roussillon	74,5%	88,5%	2,4%	9,1%
Midi-Pyrénées	70,7%	68,5%	22,1%	9,4%
Nord-Pas de Calais	76,1%	91,5%	0,0%	8,5%
Pays de la Loire	79,5%	85,6%	1,9%	12,4%
Provence Alpes Côte d'Azur	93,0%	88,6%	4,8%	6,6%
Rhône- Alpes	67,9%	90,3%	0,4%	9,3%

A l'intérieur de cet impact tourisme, cinq résultats apparaissent :

- 1- Le poids des spectateurs stade est très fort dans l'ensemble (avec une pointe de 97,5% en Aquitaine). Dans un tel contexte Midi-Pyrénées avec seulement 68,5% apparaît comme une exception.
- 2- Le poids des spectateurs écrans est faible dans l'ensemble (moyenne : 2,9 %) avec une exception pour Midi-Pyrénées (22,1%) et à un moindre degré PACA (4,8%).
- 3- Le poids des accompagnateurs se répartit selon la plupart des régions entre 6 et 9% environ. Deux exceptions sont à noter : l'Aquitaine avec 1% et Pays de la Loire avec 12,4%.
- 4- L'injection spectateurs stade qui est à l'origine de l'essentiel de l'impact tourisme est le fait des étrangers. Par exemple, en Aquitaine, si les étrangers représentent 58,1% des spectateurs concernés (étrangers + Français hors région), ils ont été à l'origine de 90,9% de l'injection totale. Cela s'explique par un panier de dépenses très supérieur à celui des Français. Trois régions sont en retrait relatif : Midi-Pyrénées (71,1%), Rhône-Alpes (65,9%), Ile-de-France (71,5%). Le cas de Midi-Pyrénées est unique : les étrangers représentent 26,8% seulement des spectateurs concernés mais leur injection monte quand-même à 71,1% du total.
- 5- On aboutit aux mêmes conclusions avec l'injection des spectateurs écrans : ce sont les étrangers qui sont à l'origine de l'essentiel de l'injection et ce grâce à un panier moyen de dépenses supérieur à celui des Français.



### 1.2.3. Principaux enseignements

L'impact économique de la CMR provient principalement du nombre de billets vendus ainsi que de l'origine géographique des spectateurs. La première variable dépend du nombre de matchs joués à domicile et de la capacité du stade (tableau 3).

**Tableau 3. Variables explicatives de l'impact tourisme**

REGION D'ACCUEIL	IMPACT TOTAL	IMPACT TOURISME	% IMPACT TOURISME	NOMBRE DE MATCHS	NOMBRE DE BILLETS	% BILLETS LOCAUX	% BILLETS ETRANGERS	% BILLETS HORS EUROPE **
Aquitaine	38 953 987	32 391 662	83,2	4	133 292	51,2	28,4	35
Ile-de-France	253 791 824	135 490 664	53,4	12	771 104	46	21,9	23
Languedoc-Roussillon	30 840 970	23 035 417	74,7	4	111 607	46,6	28,1	70
Midi-Pyrénées	20 733 089	14 659 424	70,7	4	138 690	59,4	10,9	54
Nord-Pas de Calais	32 157 761	24 456 850	76,1	3	107 786	56,3	35,7	9
Pays de la Loire	27 387 742	21 792 820	79,6	3	109 156	45,6	31,4	Faible
Provence Alpes Côte d'Azur	145 350 165	135 083 035	92,9	6	324 377	38,1	26,2	38
Rhône-Alpes	40 506 456	27 517 425	67,9	6	230 300	55,3	20,1	51
AGREGATION	589 721 995	414 427 298	70,3	42	1 926 312	47,9	23,4	33

\* La somme des impacts régionaux ici calculée ne correspond pas à l'impact national qui implique un retraitement de l'ensemble des données.

\*\* Parmi les étrangers.

La seconde variable prend en compte la nationalité des spectateurs (tableau 4) qui est déterminante pour comprendre le niveau de la dépense. Par exemple les supporters en provenance d'Australie ou de Nouvelle-Zélande ont le panier de dépenses le plus élevé.

En combinant ces deux variables, il est possible de comprendre le niveau de l'impact économique dans chaque région (par ordre décroissant, tableau 5).

- Le cas de l'Ile-de-France, de loin la première région en termes d'impact économique, est très particulier, du fait du nombre de billets vendus sans commune mesure avec les autres régions, et également parce que l'impact des dépenses d'organisation a été pratiquement aussi important que celui des dépenses touristiques (ces dernières représentent 53% de l'impact total). Il ne faut pas oublier que l'organisation de la manifestation était particulièrement centralisée et que le comité d'organisation, le GIP France 2007, était situé à Paris. La répartition des spectateurs en fonction de leur provenance est proche de la moyenne des 8 régions, ce n'est donc pas un effet structure qui est déterminant ici mais un effet taille (771 104 billets vendus).

- L'impact enregistré par Provence Alpes Côte d'Azur (PACA) résulte des dépenses touristiques à 92,9%. Cet impact s'explique à la fois par un effet taille (324 377 spectateurs) et un effet structure, la proportion de spectateurs locaux étant faible (38,1% pour 47,9% sur l'ensemble des régions hôte). La part des étrangers est très légèrement supérieure à la moyenne (et notamment les spectateurs hors Europe, les ressortissants du Pacifique représentant plus du quart des étrangers).

**Tableau 4. Répartition des spectateurs étrangers selon les régions**

Régions	Nombre	%
Aquitaine	37 774	8,40
Ile de France	168 739	37,60
Languedoc-Roussillon	31 349	7,00
Midi-Pyrénées	15 151	3,40
Nord-Pas de Calais	32 728	7,30
Pays de la Loire	34 330	7,60
Provence-Alpes-Côte d'Azur	85 038	18,90
Rhône-Alpes	44 255	9,80
<b>Total</b>	<b>449 364</b>	<b>100</b>

**Tableau 5. Les deux effets**

Régions	Effet taille	Effet structure
<b>Ile-de-France</b>	+++	=
<b>PACA</b>	++	++
<b>Rhône-Alpes</b>	+	-
<b>Aquitaine</b>	-	+
<b>Nord-Pas de Calais</b>	-	+
<b>Languedoc-Roussillon</b>	-	+
<b>Pays de la Loire</b>	--	-
<b>Midi-Pyrénées</b>	-	---

- L'impact sur Rhône-Alpes peut apparaître décevant au regard du nombre de billets disponibles (230 300 spectateurs) sur deux sites (Saint Etienne et Lyon). Cela s'explique essentiellement par une forte proportion de spectateurs locaux (55,3%). Néanmoins, la part inférieure à la moyenne des 8 régions pour ce qui concerne les spectateurs étrangers a été compensée par le fait qu'il s'agit pour plus de la moitié de non-européens (ayant une dépense plus élevée).

- L'Aquitaine bénéficie de retombées pratiquement au niveau de celles de Rhône-Alpes malgré un nombre de billets (133 292) près de deux fois inférieur (effet taille négatif). Cela résulte d'une plus forte représentation des spectateurs étrangers dans le public. Les mêmes remarques peuvent être faites pour Nord-Pas de Calais et Languedoc-Roussillon.

- Les impacts les plus faibles sont enregistrés par les Pays de la Loire et Midi-Pyrénées, régions qui ont cumulé un effet taille négatif (109 156 billets pour la première, et 138 690 pour la seconde), et un effet structure défavorable. Pour les Pays de la Loire, la quasi non représentation des spectateurs non européens explique la faiblesse de l'impact. En Midi-Pyrénées, la très forte présence de

spectateurs locaux ne créant pas de valeur ajoutée (59,4%), associée à une très faible proportion de visiteurs étrangers (10,9%), explique que l'activité économique n'ait pas été impactée à hauteur des espérances.

## **2. L'UTILITÉ SOCIALE DE LA COUPE DU MONDE DE RUGBY**

La mesure de l'utilité sociale de la CMR repose sur la théorie du bien-être et sur le calcul coûts/bénéfices. De façon générale, le coût du projet comprend toutes les dépenses monétaires et non monétaires nécessaires pour son organisation. Le bénéfice est la somme de toutes les satisfactions ressenties par les individus, consommateurs ou non. L'une des principales difficultés provient du fait que certains de ces coûts et bénéfices sont hors marché. Cela implique une réflexion sur la définition des coûts et des bénéfices de la CMR et leur évaluation puis une présentation des modalités de recueil de l'information nécessaire et dont la qualité conditionne la validité des résultats.

### **2.1. Fondements méthodologiques**

#### **2.1.1. Analyse coûts-avantages**

L'essentiel des coûts liés à la CMR relèvent de la sphère marchande et ont été classés selon les rubriques suivantes : coûts des infrastructures (sportives et non sportives) ; dépenses d'organisation ; dépenses de valorisation ; mise à disposition de personnels. Il reste un coût hors marché : les nuisances supportées par les résidents à proximité des stades lors des jours de matchs. Ces nuisances peuvent concerner le bruit, la congestion routière, le stationnement des véhicules, les déchets.

Les bénéfices de la CMR relèvent principalement des catégories suivantes : distraction, animation, cohésion sociale, image du territoire, expansion du rugby, accroissement de l'emploi local, augmentation de valeur ajoutée... Traditionnellement, les études économiques en restaient à la mesure des bénéfices repérables sur le marché et négligeaient les effets externes. De nombreux travaux depuis les années 1990 (par exemple Baade et Matheson, 2000 ; Baade, 1996 ; Noll et Zimbalist, 1997) ont montré que ces effets intangibles pouvaient être aussi importants que les effets tangibles, mais que leur quantification était beaucoup plus délicate (Preuss, 2006).

Dans le calcul coûts/bénéfices traditionnel, les économistes utilisaient la valeur d'échange des biens, ce qui revenait à ignorer toutes les externalités. Pour pallier cet inconvénient, les économistes recourent désormais au calcul économique élargi (intégrant les externalités), ce qui a entraîné un véritable bouleversement dans l'aide à la décision. Dans cette optique, on est amené à distinguer valeur d'usage et valeur de non usage :

- la valeur d'usage correspond à l'utilité ressentie par le consommateur du spectacle sportif.
- la valeur de non usage mesure l'utilité ressentie par tous ceux qui n'ont pas assisté à la manifestation mais qui en retirent une satisfaction pour des motifs qui débouchent sur trois autres types de valeurs : la valeur d'option qui reflète

l'utilité ressentie par les consommateurs pour la possibilité de profiter dans le futur du spectacle sportif (en conserver l'option) ; la valeur de legs qui mesure la satisfaction retirée du fait de transmettre la CMR aux générations futures et qui assimile ainsi la CMR à une composante du patrimoine de l'humanité ; la valeur d'existence qui mesure l'utilité ressentie par un individu du fait de savoir que ce spectacle existe avec tous ses bénéfices (image de marque, lien social...) même s'il n'y assiste pas.

- La somme de toutes ces valeurs donne la valeur économique totale qui sera ainsi comparée aux coûts supportés par la collectivité.

**Tableau 6. Collecte des données pour l'analyse coûts-avantages**

BÉNÉFICES	COÛTS
	<b>GE</b>
<b>E1</b>	<b>-COUT POUR LA COLLECTIVITE (contribuables)</b>
- <b>VALEUR D'USAGE (Spectateurs)</b> Surplus des spectateurs de la CMR Surplus des spectateurs écrans géants	<b>Infrastructures sportives :</b> Constructions Mises à disposition
	<b>Infrastructures non-sportives :</b> Constructions Mises à disposition
<b>E2</b>	<b>Dépenses liées à l'organisation :</b>
- <b>VALEUR DE NON-USAGE (contribuables)</b>  Consentement à payer des impôts des...  Contribuables régionaux Habitants du voisinage du stade Fans de rugby  Soutien additionnel des fans de rugby	Achats de biens et services Rémunérations versées Subventions et exonérations
	<b>Dépenses de valorisation :</b> Achats de biens et services CLC Rémunérations versées CLC Achats de biens et services hors CLC Rémunérations versées hors CLC
	<b>Mise à disposition de personnel :</b> Service des sports Service communication Espaces verts Ressources humaines Service financier Cabinet du Maire Equipements urbains...
	<b>- NUISANCES OCCASIONNÉES (habitants) E2</b>
<b>TOTAL BÉNÉFICES</b>	<b>TOTAL COÛTS</b>
<b>BÉNÉFICE NET</b>	

E1 : enquêtes « Spectateurs stade » et « Spectateurs écrans géants » (réalisées au moment de la compétition).

E2 : enquêtes « Population régionale », « Voisinage » et « Fans rugby » (réalisées immédiatement après l'événement).

GE : grille d'entretiens : « Décideurs publics régionaux » et « Responsables du CLC » (réalisées immédiatement à la fin de la manifestation) + données ministérielles.

Tableau 7. Nombre de questionnaires par région hôte

	ENQUETES STADE			ENQUETES ECRAN			ENQUETES		
	match enquêté	nombre de quest.	chiffres pondérés	match retransmis	nombre de quest.	chiffres pondérés	V (1)	PR (2)	SR (3)
MARSEILLE	Nlle-Zélande/Italie	149	804	Nlle-Zélande/Portugal	24	386	108	400	250
	Italie/Roumanie	101		Italie/Roumanie	31				
	Argentine/Namibie	138		Argentine/Namibie	67				
	France/Géorgie	157		France/Irlande	63				
	Quart de finale 1	132		France/Géorgie	67				
	Quart de finale 3	167		Quart de finale 1	63				
				Quart de finale 3	62				
TOULOUSE	Japon/Fidji	116	475	Japon/Fidji	50	269	106	402	244
	France/Namibie	120		France/Namibie	50				
	Roumanie/Portugal	121		Roumanie/Portugal	50				
				France/Irlande	50				
	Nlle-Zélande/Roumanie	120		Nlle-Zélande/Roumanie	59				
NANTES	Pays de Galles/Canada	101	300	Pays de Galles/Canada	50	150	100	400	100
	Angleterre/Samoa	100		Angleterre/Samoa	50				
	Pays de Galles/Fidji	99		Pays de Galles/Fidji	50				
MONTPELLIER	USA/Tonga	101	480	USA/Tonga	27	118	99	402	
	Samoa/Tonga	133		Samoa/Tonga	30				
	Australie/Fidji	120		Australie/Fidji	30				
	Afrique du Sud/USA	120		Afrique du Sud/USA	30				
BORDEAUX	Irlande/Namibie	79	396	Irlande/Namibie	49	181	101	447	280
	Irlande/Géorgie	108		Irlande/Géorgie	56				
	Canada/Japon	105		France/Irlande	26				
	Australie/Canada	105		Canada/Japon	36				
LENS	Angleterre/USA	73	281	France/Nlle-Zélande	40	40	100	407	150
	Afrique du Sud/Tonga	103							
	Géorgie/Namibie	105							
LYON ST ETIENNE	Australie/Japon	52	593	Australie/Japon		181	182	824	248
	Argentine/Géorgie	111		France/Argentine	39				
	Nlle-Zélande/Portugal	120		Nlle-Zélande/Portugal	32				
	Ecosse/Portugal	89							
	Samoa/USA	107		Samoa/USA	50				
	Ecosse/Italie	114		Ecosse/Italie	60				
PARIS ST DENIS	Irlande/Argentine	103	567	Irlande/Argentine	51	229	205	309	134
	Finale de Bronze	81		Finale de Bronze	32				
	France/Irlande	145		France/Irlande	45				
	Demi-finale 1	87		Demi-finale 1	51				
	Demi-finale 2	77		Demi-finale 2	52				
	Finale	83		Finale	30				
Total enquêtes stades : 3 896			Total enquêtes écrans : 1 554			Total : 1 001	Total : 3 591	Total : 1 406	
Total général : 11 448									

(1) Enquêtes voisinage : nombre de questionnaires.

(2) Enquêtes populations régionales : nombre de questionnaires.

(3) Enquêtes sympathisants rugby : nombre de questionnaires.

Pour mesurer de telles valeurs, les économistes du sport ont transposé des méthodes venant de l'économie publique et de l'économie de l'environnement (Freeman, 1993). Il s'agit principalement pour la valeur d'usage de la méthode du coût de transport (Hanley, Shaw, R.E. Wright, 2003) et pour la valeur de non usage de la méthode d'évaluation contingente (Walton et al., 2008 ; Barget et Gougnet, 2007 ; Jonhson et al., 2006 ; Atkinson et al., 2006). Chacune de ces méthodes présentent des difficultés spécifiques de mise en œuvre et leur fiabilité dépend très largement de la qualité de l'information collectée.

### **2.1.2. Collecte des données**

Afin de collecter l'information nécessaire à l'estimation de la valeur économique totale de la CMR (tableau 6), deux types de questionnaires ont été élaborés :

- pour la valeur d'usage, les informations relatives aux caractéristiques des spectateurs et à leurs modalités de transport proviennent des questionnaires de terrain ;
- pour la valeur de non usage, trois échantillons ont été constitués : contribuables régionaux, fans de rugby, voisinage des stades et un questionnaire particulier leur a été administré en direct. Les questionnaires sont sophistiqués et demandent le respect d'un protocole strict pour être renseignés de façon fiable. Au total (voir tableau 7), 11 448 questionnaires ont été remplis, ce qui est sans commune mesure avec les études traditionnellement menées reposant sur quelques centaines de questionnaires au mieux (Walton et al., 2008) ;
- pour le calcul des coûts supportés par les collectivités publiques, l'information a été collectée par des entretiens réalisés auprès des décideurs publics locaux et des comités locaux de coordination. Des compléments d'information ont été également obtenus auprès du ministère des Sports. Au delà de cette information directe, nous avons pu bénéficier de la mise à disposition d'une masse de données impressionnante collectée par le ministère des Sports, le comité d'organisation de la CMR et la Fédération Française de Rugby.

## **2.2. Principaux résultats de l'analyse coûts-avantages**

### **2.2.1. Agrégation au niveau national**

Le tableau 8 donne le bilan des avantages et des coûts de la CMR au niveau national.

#### *Bénéfices*

La valeur d'usage représente 59,9% du total des bénéfices pour un montant de 127,4 M€. Le surplus spectateurs stade en représente environ les trois quarts et le surplus spectateurs écrans géants un quart. Ce dernier résultat signifie que l'assistance aux matchs par l'intermédiaire des écrans géants constitue un nouveau phénomène de société par son ampleur. Bien que cette pratique n'appartienne pas encore véritablement à la culture française, contrairement à ce que l'on observe chez nos voisins anglo-saxons, on peut dire que la CMR a joué un rôle de pionnier en France dans l'introduction d'un tel spectacle. Il sera également intéressant de comparer l'attractivité des écrans géants selon les régions telle qu'elle peut être observée avec la méthode des coûts de transports. Là encore la France est certainement en retrait par rapport à la Grande Bretagne où les fans, faute de place dans le stade, peuvent néanmoins suivre leur équipe pour voir le match sur place sur écran géant.

Tableau 8. Le bilan coûts-avantages de la CMR au plan national

BENEFICES SOCIAUX		COUTS SOCIAUX	
		<b>-COUT POUR LA COLLECTIVITE</b> (contribuables) :	
- VALEUR D'USAGE (Spectateurs) :		<b>Infrastructures sportives :</b>	
Surplus des spectateurs de la RWC :	95 218 258 €	Constructions	23 069 212 €
Surplus des spectateurs écrans géants	32 157 166 €	Mises à disposition	2 630 000 €
<b>Sous total :</b>	<b>127 375 424 €</b>	<b>Infrastructures non-sportives :</b>	
		Constructions	2 218 855 €
		Mises à disposition	107 516 €
- VALEUR DE NON-USAGE (contribuables) :		<b>Dépenses liées à l'organisation :</b>	
Consentement à payer des impôts des...		Achats de biens et services	27 777 480 €
Contribuables régionaux	80 715 600 €	Rémunérations versées	1 881 547 €
Dont : Femmes 39 106 450 €		Subventions et exonérations	10 362 578 €
Hommes 41 609 150 €		<b>Dépenses de valorisation :</b>	
Habitants du voisinage du stade	1 532 271 €	Achats de biens et services CLC	12 080 934 €
Dont : Femmes 708 426 €		Rémunérations versées CLC	2 377 870 €
Hommes 823 845 €		Achats de biens et services hors CLC	5 161 440 €
Fans de rugby	1 155 552 €	Rémunérations versées hors CLC	7 652 780 €
Soutien additionnel des fans de rugby	1 915 614 €	<b>Mise à disposition de personnel :</b>	
<b>Sous total :</b>	<b>85 319 037 €</b>	Service des sports	2 039 815 €
		Service communication	464 735 €
		Espaces verts	0 €
		Ressources humaines	0 €
		Service financier	0 €
		Cabinet du Maire	8 000 €
		Equipements urbains...	49 832 €
		<b>Sous total :</b>	<b>97 882 594 €</b>
		<b>- NUISANCES OCCASIONNEES (habitants) :</b>	
		Population	1 422 948 €
		Voisinage	96 440 €
		Fans rugby	56 698 €
		<b>Sous total :</b>	<b>1 576 086 €</b>
<b>TOTAL BENEFICES SOCIAUX :</b>	<b>212 694 461 €</b>	<b>TOTAL COUTS SOCIAUX :</b>	<b>99 458 680 €</b>
<b>BENEFICE NET :</b>	<b>113 235 781 €</b>		

La valeur de non-usage représente 40,1% du total des bénéfices pour un montant de 85,1 M€. Ce consentement à payer total provient à 95% des contribuables régionaux, le reste se distribuant à la marge entre les fans et le voisinage du stade. Voilà pourquoi il est plus intéressant d'analyser les résultats à un niveau régional plutôt que global (Barget et Gouguet, 2008).

### Coûts

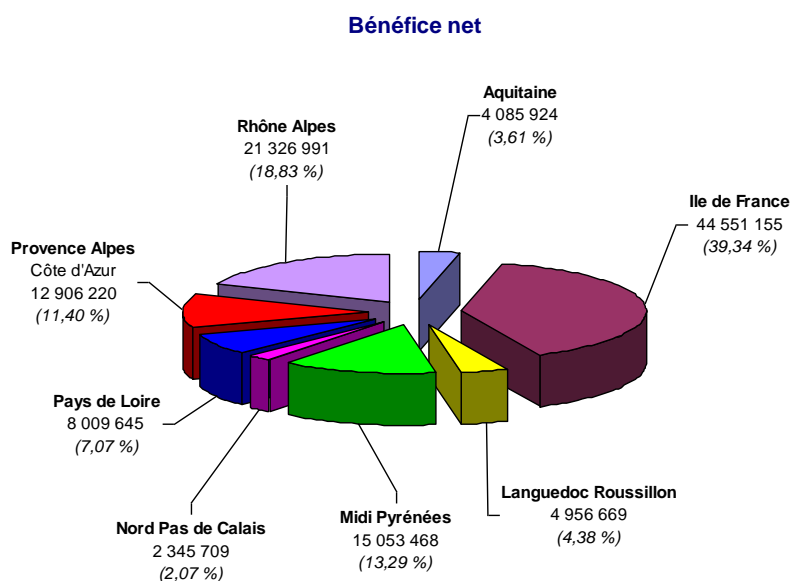
Ce sont les dépenses liées à l'organisation qui représentent le coût le plus important avec 40 M€ soit 40,2% du total.

Les dépenses d'infrastructures (sportives et non sportives) sont beaucoup plus faibles, 28 M€ soit 28% du total, et c'est l'une des spécificités de la CMR

2007 en France. Il y a eu très peu de constructions nouvelles contrairement à ce qui se passe pour la plupart des autres grands événements sportifs comme les JO ou la Coupe du Monde de Football qui induisent des dépenses d'infrastructures très importantes.

Il apparaît ainsi que la CMR n'a pas coûté très cher aux contribuables du fait de la non construction de nouveaux stades (à l'exception du stade Yves du Manoir à Montpellier et de la rénovation du stade Jean Bouin à Marseille), ce qui signifie également qu'elle a certainement généré, d'un autre côté, des bénéfices supérieurs à ce qu'ils auraient été en cas de nouvelles constructions. En effet, en cas de contestations sociales vis-à-vis de la construction de nouveaux stades (ce qui est déjà arrivé en France), on peut se trouver face à des consentements à payer beaucoup plus bas de la part des contribuables régionaux.

**Figure 3. Le bilan coûts-avantages pour les 8 régions hôtes (M€ et %)**



Bénéfice national net : 113,2 M€

**Tableau 9. Ratio bénéfices-coûts**

Aquitaine	1,46	Nord-Pas de Calais	1,41
Ile-de-France	2,38	Pays de la Loire	2,01
Languedoc-Roussillon	1,47	PACA	1,77
Midi-Pyrénées	2,97	Rhône-Alpes	3,18



Le coût des mises à disposition du personnel est faible (2,6%). Ce sont principalement les services des sports des collectivités locales qui ont été sollicités.

Les déséconomies liées à la CMR sont très faibles (1,6%). Elles concernent principalement les encombrements de circulation, le bruit au voisinage du stade et les déchets. Il est remarquable qu'il n'ait pas été mentionné le moindre cas d'hooliganisme qui constitue pourtant la principale externalité négative généralement constatée lors de grands événements sportifs comme la Coupe du monde de football. De ce point de vue, la CMR est une réussite.

### **2.2.2. Spécificités régionales**

Le bénéfice net total de 113 M€ se répartit de façon très différenciée entre les régions, allant de 2,3 M€ en Nord-Pas de Calais jusqu'à 44,5 M€ en Ile-de-France, soit un rapport de 1 à 22 entre ces deux extrêmes. Il faut noter également que plus de 80% du bénéfice net total est réalisé par quatre régions : Ile-de-France, Midi-Pyrénées, PACA et Rhône-Alpes (voir figure 3).

Au-delà de ce résultat global, des différences régionales apparaissent également au niveau de la structure des bénéfices et des coûts. Trois régions présentent un ratio bénéfice-coût supérieur à la moyenne : Rhône-Alpes (3,18), Midi-Pyrénées (2,97) et Ile-de-France (2,38) ; inversement, trois régions ont un ratio bénéfices-coûts beaucoup plus faible : Nord-Pas de Calais (1,41), Aquitaine (1,46) and Languedoc-Roussillon (1,47) (voir tableau 9).

## **3. VERS UN TEST DE LÉGITIMITÉ**

Les deux parties précédentes viennent de montrer que l'ampleur de l'impact économique et de l'utilité sociale créée varie considérablement selon les régions d'accueil. Il s'agit donc d'en expliquer les raisons profondes et d'en tirer un certain nombre d'enseignements quant à la prise de décision de l'organisation de grands événements sportifs. Les politiques d'accueil de tels événements qui se pensent à l'heure actuelle pourraient y trouver des éléments de réponse.

### **3.1. Approche générale**

#### **3.1.1. Choix d'un instrument**

Les deux calculs précédents donnent deux visions complémentaires de l'événement sportif :

- le calcul de rentabilité sociale sert à déterminer l'opportunité de l'organisation de l'événement par comparaison avec la rentabilité de projets auxquels on renonce. Un tel calcul devrait s'effectuer ex ante avant la tenue de l'événement en tant qu'instrument d'aide à la décision.

- le calcul de retombées économiques sert à mesurer l'ampleur de l'impact économique (valeur ajoutée ou emploi) de l'événement sur un territoire donné. Ce calcul ne peut en aucune façon constituer à lui seul un instrument d'aide à la décision.

Dans la réalité, on observe souvent que les prétendants à l'organisation d'un grand événement sportif font effectuer un calcul de retombées économiques qu'ils assimilent à un calcul de rentabilité servant à justifier la tenue de l'événement. Il y a donc une double insuffisance dans ce type de démarche : d'une part, les calculs de retombées sont souvent faux et généralement surestimés ; d'autre part, l'assimilation d'un calcul de retombées à un calcul de rentabilité est complètement illégitime.

Voilà pourquoi il serait nécessaire d'analyser plus scientifiquement les modalités de réponse des organisateurs de grands événements sportifs. De nouveaux critères doivent être proposés pour améliorer la prise de décision et éviter des erreurs qui ont coûté très cher comme par exemple, dans le cas des JO de Montréal, d'Athènes ou d'Albertville. Les contribuables se sont trouvés face à une dette colossale à rembourser sans que l'on ait vu, à long terme, un impact positif de l'événement sur le développement des territoires d'accueil.

### **3.1.2. Conséquences sur les politiques d'accueil**

La prise de décision de l'organisation d'un grand événement sportif pourrait s'effectuer à partir du double calcul d'impact économique et de rentabilité sociale. Quatre cas de figure sont possibles :

**Tableau 10. Typologie des événements sportifs**

		Rentabilité	
		Faible	Forte
Impact	Faible	A éviter	Internaliser
	Fort	A discuter	Idéal

L'idéal est bien sûr d'avoir un événement à haute rentabilité sociale avec de fortes retombées économiques. A l'inverse, il n'est pas souhaitable de soutenir l'organisation d'une manifestation présentant à la fois une faible rentabilité sociale et peu de retombées économiques.

Au-delà de ces deux cas qui ne soulèveront pas de polémiques, les deux autres possibilités seront plus difficiles à traiter :

- il s'agit tout d'abord des manifestations à faible impact économique mais à forte utilité sociale. Sur les bases actuelles de la prise de décision, ce type d'événement sportif pourrait ne pas être organisé au nom d'un impact trop faible, en dépit d'une réelle utilité sociale. Ce cas de figure peut se rencontrer couramment avec l'organisation de championnats sportifs amateurs ou peu médiatiques. Il y a en effet des championnats du monde de « petits sports » qui

n'ont pas d'impact économique significatif mais qui jouent un rôle essentiel dans la diffusion de valeurs sportives. Dans une telle situation, il serait souhaitable d'évaluer ces externalités (la valeur sociale du sport) pour justifier de l'organisation d'une manifestation.

- Il s'agit ensuite des manifestations à fort impact économique mais à faible utilité sociale. Cela peut se rencontrer avec des événements sportifs présentant de fortes externalités négatives, qu'elles soient sociales (hooliganisme, terrorisme) ou environnementales (atteintes au milieu environnemental, pollutions). Là encore, une évaluation sérieuse de ces externalités est nécessaire.

La vraie question est qu'en réalité ce calcul de rentabilité sociale n'est jamais effectué pour s'effacer derrière le calcul d'impact économique utilisé pour justifier de l'organisation de l'événement. C'est ce que l'on pourrait appeler le « syndrome de celui qui se croit riche ». Il faudrait essayer de comprendre pourquoi, dans le champ sportif, l'accueil des grands événements sportifs n'arrive pas à se penser sur les bases d'un calcul économique correct. Les principales causes sont connues :

- Une évaluation ex ante de la manifestation incluant toutes les externalités serait longue et coûteuse.
- Un calcul d'impact est plus facile à réaliser.
- Utilisé à des fins de justification, le calcul d'impact donne en général une vision optimiste de la manifestation avec des retombées économiques souvent surestimées.
- Le calcul de rentabilité sociale à l'inverse risque de ternir l'image de l'événement dans le cas d'externalités négatives importantes.
- Le calcul d'impact est plus facilement compréhensible par l'opinion publique qui subit ainsi également le syndrome de celui qui se croit riche.

Il apparaît ainsi qu'il sera très difficile de faire admettre aux autorités publiques la nécessité de faire effectuer une étude de rentabilité sociale avant l'accueil d'un grand événement sportif. Voilà pourquoi il est intéressant de discuter de l'opportunité de concevoir un test de légitimité dans ce cas. Un tel test reposerait sur les connaissances déjà accumulées à l'occasion de toutes les grandes manifestations sportives et que l'on pourrait transposer au cas étudié.

Nous considérons que ce test de légitimité (voir en annexe) serait essentiellement qualitatif avec des questions ouvertes et qu'il devrait servir à discuter des points les plus problématiques de l'organisation comme les principales externalités négatives pouvant remettre en cause la rentabilité sociale de l'événement. Il ne s'agit pas de réaliser une véritable étude coûts/bénéfices ex ante mais de faire prendre conscience aux organisateurs qu'il y a d'autres critères à prendre en compte que le seul impact économique pour asseoir leur décision. A des fins d'illustration, on peut examiner les enseignements que l'on peut tirer de l'organisation de la CMR 2007 en France.

## **3.2. L'exemple de la CMR 2007 en France**

### **3.2.1. Typologie régionale**

La CMR a été organisée au niveau de dix villes françaises et de huit régions. Un tel échantillon est faible quantitativement mais il peut être intéressant de comparer les résultats obtenus en termes d'impact économique et d'utilité sociale pour alimenter le débat présenté précédemment. Deux façons de tester cette relation entre impact et utilité sont utilisées : d'une part nous commentons un test de corrélation des rangs de Spearman, d'autre part nous analysons la typologie des régions obtenue à partir de la comparaison.

#### *Coefficient de corrélation des rangs*

Le coefficient de corrélation des rangs de Spearman entre le classement des 8 régions selon l'impact économique de la CMR et selon le bénéfice social net a été calculé : sa valeur est faible (0.214) et non significative (SIG : 0,458), de sorte que l'absence de lien entre les deux classements peut être acceptée.

Cela peut s'expliquer par le fait que l'impact est plus fort lorsque le site de la CMR avait la capacité d'attirer des visiteurs qui ont d'autant plus dépensé dans l'économie de la région qu'ils venaient de loin. Cependant, l'analyse coûts-avantages accorde une importance particulière au consentement à payer de la population régionale : l'utilité sociale générée est plus forte lorsqu'il y a un enthousiasme fort pour l'événement localement, mais alors les billets d'entrée sont d'autant plus achetés par les résidents locaux qui ne sont pas à l'origine d'un impact (du fait de l'effet de substitution).

Cette absence de corrélation entre les deux classements pourrait aboutir à remettre en cause la légitimité de l'organisation de grands événements sportifs : en effet, la décision prise sur le critère de l'impact économique n'est pas légitime à partir du moment où l'analyse coûts-bénéfices qui aurait dû être menée conduit à prendre la décision contraire. Dans le cas de la CMR, le problème ne se pose pas, puisqu'aussi bien l'impact économique que l'utilité sociale de l'événement sont positives pour toutes les régions d'accueil. On peut néanmoins affiner ce résultat par une analyse comparée des deux classements pour toutes les régions.

#### *Comparaison des régions*

Il est possible d'établir une première typologie des régions organisatrices sur la base des résultats obtenus en matière d'impact économique et d'utilité sociale (voir tableau 11) :

Plusieurs enseignements peuvent être tirés de ce tableau :

- il n'y a pas de région où l'impact économique aurait été fort et l'utilité sociale faible. Cela est certainement dû au fait que, comme nous l'avons montré par ailleurs, la CMR en France n'a pas généré d'importantes externalités négatives sociales ou environnementales et que, de plus, il n'a pas été nécessaire de

construire de nouvelles infrastructures sportives. A l'inverse, les consentements à payer des contribuables de ces régions « riches » semblent importants en faveur de la valeur de non usage de la CMR.

**Tableau 11. Classement des régions selon l'impact et l'utilité sociale de la CMR**

		Utilité	
		Faible	Forte
Impact	Faible	Aquitaine Languedoc-Roussillon Nord Pas de Calais Pays de Loire	Rhône-Alpes Midi-Pyrénées
	Fort	-	Ile de France PACA

- Il y a quatre régions où l'impact économique et l'utilité sociale sont simultanément faibles. Pour l'impact économique, cela est dû principalement aux affiches proposées qui n'étaient pas particulièrement attractives pour les étrangers à haut pouvoir d'achat et qui ne comptaient pas de phases finales. Ces éléments jouent également dans le montant de la valeur d'usage au travers du calcul du surplus du consommateur qui va être plus faible que dans les régions où les rencontres sont prestigieuses. Par ailleurs, la culture rugbyistique moins développée dans ces régions permet d'expliquer une valeur de non usage plus faible du fait du consentement à payer moindre des contribuables régionaux.

- Il y a le cas très intéressant de deux régions où l'impact économique est faible mais la rentabilité sociale de la CMR élevée. L'ampleur de l'impact, comme précédemment, est liée aux affiches proposées. De plus, dans le cas de Midi-Pyrénées, on a l'exemple d'une région dont la part relative des spectateurs étrangers était très faible comparée au poids des spectateurs locaux. Néanmoins, la valeur d'usage de la CMR est très forte dans ces deux régions, le surplus du consommateur bénéficiant d'un prix annulant la demande relativement élevé. Pour la valeur de non usage, le consentement à payer des contribuables locaux est au niveau de la moyenne nationale.

- Il y a enfin deux régions où l'impact économique et la rentabilité sociale de la CMR sont simultanément forts. L'impact économique élevé est lié à la qualité de l'affiche. L'utilité sociale élevée s'explique par une valeur d'usage forte due à un prix d'annulation de la demande générant un important surplus du consommateur stade. Pour la valeur de non usage, l'Ile de France se caractérise par un consentement à payer individuel inférieur à la moyenne nationale, mais le poids économique de cette région donne un consentement global très important. A l'inverse, PACA connaît un consentement à payer individuel élevé, la culture rugby et sportive en général étant bien développée.

### **3.2.2. Préconisations**

Les éléments d'explication donnés pour comprendre le poids relatif de l'impact économique et de l'utilité sociale dans chaque région peuvent déboucher sur des préconisations à intégrer dans notre test de légitimité des grands événements sportifs. On voit bien en particulier l'importance de deux facteurs : l'attractivité de l'affiche, la culture sportive régionale.

- La qualité de l'affiche joue à la fois sur l'ampleur de l'impact économique et sur la valeur d'usage à travers le montant du surplus du consommateur. On peut alors se demander si l'on n'aurait pas pu imaginer une autre distribution régionale des compétitions pour maximiser l'utilité sociale créée. Il est à noter en effet que le critère d'attribution des rencontres s'est plus fait sur la base de l'impact économique que sur celui de la rentabilité sociale. Notre test de légitimité aurait pu ainsi inciter l'organisateur à répartir différemment les affiches.

- La culture sportive régionale est déterminante dans l'ampleur de la valeur de non usage. On sait qu'on ne peut pas modifier des valeurs culturelles à court terme, ce qui signifie que le test de légitimité aurait pu permettre de repérer ex ante les régions dans lesquelles la CMR ne récolterait pas une adhésion importante des contribuables. Il aurait été intéressant de se demander alors quels moyens supplémentaires auraient pu être déployés dans ces régions pour compenser la faiblesse de leur culture rugbyistique.

C'est à une autre conception de l'organisation d'un grand événement sportif comme la CMR à laquelle on aurait pu assister sur les bases de notre test de légitimité plutôt que de chercher à maximiser l'impact économique assimilé à de la rentabilité sociale.

## **CONCLUSION**

Il n'est pas suffisant de calculer uniquement l'impact économique d'un projet, sans mesurer son utilité sociale pour la population. Par définition, le calcul d'impact ne peut démontrer la rentabilité sociale d'un projet. Il indique seulement que le projet génère un certain volume d'activité économique et d'emploi mais il ne peut étayer la conclusion selon laquelle un projet vaut la peine d'être conduit.

C'est pourquoi, dans l'analyse présentée ici, deux calculs complémentaires ont été entrepris pour caractériser la Coupe du Monde de Rugby en 2007 :

- les effets économiques (ou impact économique) ont été mesurés pour apprécier si l'événement sportif constitue une activité basique pour un territoire donné. Des emplois et de l'activité économique peuvent être créés à travers ce type d'événements. Dans l'idéal, bien sûr, ces emplois doivent devenir permanents ; dans le cas contraire, l'événement sportif n'aura été qu'une opération de court terme, ce qui ne constitue pas un objectif réel de développement territorial.

- l'utilité sociale de la CMR 2007 a été mesurée, en complément de l'estimation de l'impact économique. Il s'agit d'évaluer les bénéfices en termes de satisfaction créée pour les habitants, et de calculer le gain net (ou la perte) de l'événement, en déduisant les coûts supportés par la communauté dans son ensemble. La CMR 2007 s'est traduite par de multiples gains en termes d'utilité sociale : satisfaction retirée par les spectateurs (à l'intérieur du stade et devant les écrans géants) ; renforcement de l'identité régionale ; amélioration de la cohésion sociale ; image du territoire ; expansion du rugby à de nouveaux territoires et publics ; développement du rugby professionnel ; etc.

Les deux calculs précédents offrent une vue d'ensemble de l'événement. Le premier mesure l'impulsion donnée aux économies régionales, en gardant à l'esprit que, conformément aux conclusions des études menées dans différents pays après les événements majeurs, l'impact national ne constitue pas un stimulus exogène majeur. Le second calcul fournit une mesure de l'utilité sociale créée, qui permet de justifier, en particulier en termes politiques, l'organisation de l'événement autrement que sur la seule base de l'impact économique.

Etant donné les difficultés d'effectuer ces calculs avant l'événement, une alternative raisonnable semble résider dans un test de légitimité que nous proposons. Un tel test éviterait les erreurs d'appréciation des organisateurs qui sont touchés par le « syndrome de celui qui se croyait riche ». De manière simple, le test identifie les événements qui ne sont pas légitimes en dépit d'un éventuel intérêt d'un point de vue économique et, inversement, les événements qui ne peuvent être organisés à cause de leur impact économique faible et ceci malgré un réel intérêt social.

Sur ces bases renouvelées, on pourrait finalement assister à un début de rationalisation des politiques d'accueil de grands événements sportifs, qui sont encore très souvent fondées sur des critères de décision publique inadéquats.

## ANNEXE TEST DE LÉGITIMITÉ

- Nom de la manifestation
- Lieu
- Dates
- Organisateur
- Quel est l'objectif sportif de votre manifestation ?
- Quel est l'objectif économique ?
- Quel est l'objectif social ?
- Avez-vous connaissance d'effets indésirables de votre manifestation ? :
  - D'un point de vue social (hooliganisme...)
  - D'un point de vue environnemental (pollution...)
  - D'un point de vue économique (suréquipement...)
- Quels moyens envisagez-vous de mobiliser pour lutter contre ces effets indésirables ?
- Quelle ampleur de coûts supplémentaires pensez-vous que cela va entraîner ?
- Pouvez-vous quantifier l'acceptabilité sociale de votre manifestation, en particulier auprès de vos contribuables ?
- Pensez-vous que d'autres investissements ne seraient pas plus prioritaires que l'organisation d'un événement sportif ?

## REFERENCES

- Atkinson G., Mourato S., Szymanski S., 2006, Are we willing to pay enough to "back the bid"? Valuing the intangible impacts of London's bid to host the 2012 Summer Olympic Games, Mimeo, London School of Economics.
- Baade R.A., 2005, Be careful what you wish for: a cautionary note for city suitors for the 2012 Summer Olympic Games, Working Paper.
- Baade R., Matheson V., 2000, An assessment of the economic impact of the American Championship, the Super Bowl, on host communities, *Reflets et Perspectives de la Vie Economique*, Vol. XXXIX, n° 2-3, pp. 35-46.
- Baade R., 1996, Professional Sports as catalysts for economic development, *Journal of Urban Affairs*, Vol. 18, n° 1.
- Barget E. et Gouguet J. J., 2007, Total economic value of sporting events, theory and practice, *Journal of Sport Economics*, Vol. 8, n° 2, pp. 165-183.
- Barget E. et Gouguet J.J., 2008, Impact économique et utilité sociale de la Coupe du Monde de Rugby 2007 en France, Synthèse, CDES, Université de Limoges, 45 p.



- Freeman A. M., 2003, *The measurement of environmental and resources values: Theory and practice (2<sup>nd</sup> edition)*, Washington DC, Resources for the Future.
- Gouguet J.J., 1981, Pour une réhabilitation de la théorie de la base, *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, n°1. pp. 63-83
- Hanley N., Shaw W.D., Wright R.E., 2003, *The New Economics of Outdoor recreation*, Edward Elgar, Northampton.
- Johnson B. K., Mondello M. J., Whitehead J. C., 2006, Contingent Valuation of Sports : Temporal Embedding and Ordering Effects, *Journal of Sport Economics*, Vol. 7, n° 3, pp. 267-288.
- Noll R., Zimbalist A. (eds.), 1997, *Sports, Jobs & Taxes: the economic impact of sports teams and stadiums*, Washington DC, The Brookings Institution.
- Preuss H. (ed.), 2006, Special issue: Impact and Evaluation of Major Sporting Events, *European Sport Management Quarterly*, Vol. 6, n° 4, pp. 313-415.
- Vollet D., Bousset J.P., 2002, Use of Meta-analysis for the Comparison Transfer of Economic Base Multipliers, *Regional Studies*, Vol. 36, n° 5, pp. 481-494.
- Walton H., Longo A., Dawson P., 2008, A Contingent Valuation of the 2012 London Olympic Games: A Regional Perspective, *Journal of Sport Economics*, vol. 9, n° 3, pp. 304-317.

**HOSTING MEGA SPORTING EVENTS: REGIONAL ECONOMIC  
IMPACT OR REGIONAL SOCIAL UTILITY?  
THE CASE OF THE RUGBY WORLD CUP 2007 IN FRANCE**

**Abstract** - *The legitimacy of allocating public funds and common resources to the organization of mega sporting events cannot be solely based on an economic impact study. The analysis should also measure the social utility that is generated, and, within the framework of a cost-benefit analysis, compare the costs of the project for the community and the benefits people derive from it in terms of social well-being. Nevertheless, there is a paradox with a strong demand for economic impact studies by public decision makers, while hardly any costs-benefit analyses exist. It is very likely that the lack of such studies has driven to inappropriate public decisions over the past years. Sometimes, economic impact studies have been used, ex post, to justify decisions made on a political level. Here we propose a legitimacy test of such an important event, illustrated through the 2007 Rugby World Cup in France.*