

# L'impact touristique local des grands événements sportifs

## Une approche qualitative de la Coupe du monde de rugby en Île-de-France

Dominique Charrier and Jean Jourdan

Volume 28, Number 2, 2009

Tourisme, sport et développement

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1024806ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1024806ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (print)

1923-2705 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Charrier, D. & Jourdan, J. (2009). L'impact touristique local des grands événements sportifs : une approche qualitative de la Coupe du monde de rugby en Île-de-France. *Téoros*, 28(2), 45–54. <https://doi.org/10.7202/1024806ar>

Article abstract

Depuis le début des années 1970, les politiques publiques ont joué un rôle moteur dans le développement des pratiques sportives et dans la structuration du système sportif français. Dans ce contexte, l'État, les régions, les départements, les villes et les structures intercommunales ont pris une place importante dans l'organisation des événements.

Largement financés sur fonds publics, les événements sportifs internationaux conduisent à des discours de légitimation dans lesquels les arguments économiques sont très présents. Dans ce cadre, l'impact touristique est évidemment valorisé puisque l'événement provoque un flux de touristes nationaux ou internationaux qui viendront consommer sur le territoire concerné.

En s'appuyant sur une recherche empirique sur « l'impact économique et social de la Coupe du monde de rugby 2007 en Île-de-France », la contribution analyse les stratégies volontaristes qui visent à séduire certaines catégories de touristes et à gérer au mieux leur accueil et leurs déplacements site sportif/centre-ville/sites touristiques.

# L'impact touristique local des grands événements sportifs

## Une approche qualitative de la Coupe du monde de rugby en Île-de-France

### Dominique CHARRIER

Maître de conférences habilité à diriger des recherches  
Laboratoire Sports, Politique et Transformations sociales  
Université de Paris-Sud 11  
dominique.charrier@u-psud.fr

### Jean JOURDAN

Enseignant  
Laboratoire Sports, Politique et Transformations sociales  
Université de Paris-Sud 11  
jean.jourdan@u-psud.fr

---

**RÉSUMÉ :** Depuis le début des années 1970, les politiques publiques ont joué un rôle moteur dans le développement des pratiques sportives et dans la structuration du système sportif français. Dans ce contexte, l'État, les régions, les départements, les villes et les structures intercommunales ont pris une place importante dans l'organisation des événements.

Largement financés sur fonds publics, les événements sportifs internationaux conduisent à des discours de légitimation dans lesquels les arguments économiques sont très présents. Dans ce cadre, l'impact touristique est évidemment valorisé puisque l'événement provoque un flux de touristes nationaux ou internationaux qui viendront consommer sur le territoire concerné.

En s'appuyant sur une recherche empirique sur « l'impact économique et social de la Coupe du monde de rugby 2007 en Île-de-France », la contribution analyse les stratégies volontaristes qui visent à séduire certaines catégories de touristes et à gérer au mieux leur accueil et leurs déplacements site sportif/centre-ville/sites touristiques.

*Mots-clés : Événements sportifs, impact local, territoire, rugby, tourisme.*

---

Depuis le début des années 1970, les politiques sportives publiques, qu'elles soient nationales ou locales, ont joué un rôle durablement moteur dans le développement des pratiques sportives et plus généralement dans la structuration du système sportif français. Le processus a été lancé par une politique ambitieuse de construction (1960-1975) de plusieurs milliers de complexes sportifs (Callède, 1998), avec une recherche affirmée de proximité des zones d'habitation. Cette politique d'investissement a été prolongée, en particulier grâce aux communes (Charrier, 2002), par la mise à disposition de subventions conséquentes et reductibles. Progressivement, les collectivités locales ont complété cet engagement financier par le recrutement massif de personnels spécialisés leur permettant, surtout à partir des années 1980, d'intervenir directement dans l'offre de pratiques sportives.

C'est dans ce contexte que l'État, les régions, les départements, les villes et les structures intercommunales ont pris une place importante dans l'organisation directe et/ou le financement des événements, quels que soient leurs niveaux de rayonnement, du local à l'international. Cette présence

publique ne s'est pas démentie dans les grands événements sportifs organisés récemment en France (Coupe du monde de football en 1998, Championnats du monde d'athlétisme en 2003, Coupe du monde de rugby en 2007) ou dans les événements organisés chaque année comme le Tour de France (Charrier, 2003).

Largement financés sur fonds publics, les événements sportifs internationaux conduisent, en particulier au moment de la constitution des dossiers de candidature, à des discours de légitimation (Charrier, 2005) dans lesquels les arguments économiques sont très présents. Placés sous le regard des habitants qui sont aussi contribuables et électeurs, les acteurs publics affirment leur souci de la bonne utilisation des fonds publics et défendent l'idée que les dépenses occasionnées par l'organisation de l'événement constituent autant d'investissements porteurs de retombées économiques, sociales et sportives, décisives pour les territoires concernés et leurs habitants.

De nombreux travaux théoriques et empiriques (Andreff, 1991 ; Gresser et Bessy, 1999 ; Barget et Gougnet, 2000 ; Charrier et Perrin, 2000) attestent de la diversité des effets locaux des

grands événements sportifs. Qu'ils soient politiques (notoriété accrue, construction d'une image positive pour la collectivité locale ou pour les élus, etc.), économiques (production et consommation de richesses, créations nettes d'emplois, aménagement du territoire, etc.), sociaux (cohésion sociale, valorisation du territoire et de ses habitants, animation, prévention ou insertion de publics spécifiques, etc.), sportifs (découverte et développement d'une pratique sportive, consolidation des structures de l'offre, etc.) ou encore médiatiques (retransmissions locales sur grands écrans, citations dans des articles et reportages, etc.), ils renvoient tous à la même question de la « rentabilité espérée » au moment de la décision d'organiser un événement sportif ou de déposer une candidature (Charrier, 2009). Qu'il s'agisse d'un raisonnement macro (au niveau d'un territoire et de l'ensemble de ses acteurs) ou micro (pour chaque acteur concerné) la question centrale est bien celle-ci : faut-il investir dans le financement d'un grand événement sportif, combien et pourquoi ?

Répondre aussi rationnellement que possible à cette question est évidemment très complexe tant les paramètres du choix sont nombreux, de nature et de temporalités différentes. L'essentiel se joue bien en amont, quelques mois, voire quelques années avant le début de l'événement. Au moment de choisir, le décideur procède à la comparaison du coût prévu et des effets attendus, variables qu'il tente, autant que faire se peut, d'objectiver.

Incontestablement une certaine importance est accordée, dans les déclarations politiques, dans la couverture médiatique comme dans les publications scientifiques, aux effets sportifs (souvent limités à la qualité de l'organisation et aux conséquences des résultats sur la hiérarchie sportive mondiale) ou à la portée médiatique de l'événement avec la diffusion des audiences cumulées. Mais ce sont surtout les effets économiques qui sont privilégiés avec la publication de chiffres sur les investissements, les consommations et les résultats financiers de l'événement. Dans ce cadre, l'impact touristique est évidemment valorisé puisque l'événement, surtout s'il a un certain rayonnement, provoque un flux de touristes nationaux ou internationaux qui viendront consommer sur le territoire où se déroule l'événement.

La contribution se propose de dépasser l'estimation traditionnelle des effets économiques de cet afflux de touristes/spectateurs habituellement diffusée après chaque événement sportif important. Il s'agit de montrer que les dimensions touristiques renvoient d'abord à la définition de stratégies volontaristes qui se développent à différents niveaux d'échelle et qui visent, d'une part, à séduire certaines catégories de touristes ciblées avec précision et, d'autre part, à gérer au mieux leur accueil et leurs déplacements site sportif/centre-ville/sites touristiques.

La contribution s'appuie sur une recherche centrée sur « l'impact économique et social de la Coupe du monde de rugby 2007 en Île-de-France » (Charrier *et al.*, 2008) réalisée pour la direction régionale de la Jeunesse et des Sports et la direction régionale du Tourisme. Il convient de souligner que cette recherche régionale était intégrée à une recherche nationale portant sur les huit régions concernées par la Coupe du monde (Barget et Gouguet, 2009).

## Une stratégie de recherche qualitative pour analyser l'impact social de la Coupe du monde de rugby en Île-de-France Du montage institutionnel à la stratégie de recherche

Soucieuse de mieux mesurer l'impact des grandes manifestations sportives, la Délégation interministérielle aux grands événements sportifs (DIGES) a initié, en 2006, un comité de pilotage. Ce comité est composé de représentants du ministère de la Santé, de la Jeunesse, des Sports et de la Vie Associative, du secrétariat d'État au Tourisme, du Conseil économique et social, de l'Institut National des Sports et de l'Éducation Physique, du Comité National Olympique et Sportif Français, de la Fédération française de rugby et du Centre de Droit et d'Économie du Sport de l'Université de Limoges. Le comité de pilotage a chargé le Centre de Droit et d'Économie du Sport (CDES) de concevoir et de tester, sur la Coupe du monde de rugby organisée en France en 2007, une méthodologie de mesure permettant de calculer aussi précisément que possible :

- l'impact économique : mesure de l'augmentation de la valeur ajoutée par l'identification des dépenses (investissement, coût de l'organisation et des consommations des spectateurs et des institutions concernées par l'organisation de la Coupe du monde), le retrait des « fuites » (dépenses réalisées en dehors du territoire observé) et l'utilisation du multiplicateur (coefficient multiplicateur permettant de calculer les conséquences à terme de l'injection financière initiale. Le multiplicateur estimé par le CDES pour calculer l'impact de la Coupe du monde en Île-de-France est de 2,35) ;
- l'utilité sociale nette : mesure des bénéfices sociaux (évalués par la satisfaction) rapportée à la mesure des coûts sociaux (supportés par la communauté, donc par les contribuables).

Ce guide méthodologique prévoyait d'abord une enquête quantitative lourde (11 443 questionnaires dont 1 638 en Île-de-France) qui devait être administrée à sept populations différentes : spectateurs français et étrangers en stade ou sur grands écrans, « sympathisants » rugby, riverains, habitants de la région non concernés à priori par la Coupe du monde. Il envisageait aussi la reconstitution minutieuse du circuit de financement de l'événement. Ce guide méthodologique a été mis à disposition des comités de pilotage territoriaux créés dans chaque région retenue pour la compétition afin de permettre l'agrégation des données et donc de calculer l'impact national de la Coupe du monde de rugby.

Dans le cadre de ce processus national, la Direction Régionale de la Jeunesse et des Sports de l'Île-de-France (DRIF) a initié, en septembre 2007, un comité de pilotage régional. Ce comité était composé de la Direction Départementale de la Jeunesse et des Sports de la Seine-Saint-Denis, de la ligue régionale de rugby, du conseil régional Île-de-France, du conseil général de Seine-Saint-Denis, des communes de Saint-Denis et de Paris, du Comité Régional Olympique et Sportif d'Île-de-France (en novembre 2007, la direction régionale du Tourisme a rejoint le projet et est devenue cosignataire de la convention). Le comité régional a proposé au laboratoire

Sports, Politique et Transformations Sociales de l'Université de Paris-Sud 11 de conduire l'étude de l'impact économique et de l'utilité sociale pour la région Île-de-France.

Afin de mieux appréhender l'impact social de l'événement, il a été décidé de compléter, pour la région Île-de-France, le dispositif quantitatif national par un dispositif qualitatif élaboré par le laboratoire Sports, Politique et Transformations Sociales. Ce volet spécifique visait à prendre en compte les effets sociaux non mesurables. Il s'agissait de décrire et d'analyser les dynamiques locales (organisation de projets sportifs à finalités éducatives, implication des habitants et des jeunes en particulier, mobilisation des acteurs locaux, etc.) amenées par la manifestation sur des territoires pertinents (accueillant des matchs ou des équipes en préparation). Cet objectif a permis d'appréhender les dimensions spatiales et temporelles de l'événement, les projets politiques, la diversité des projets sportifs à finalités éducatives, les modalités d'implication des habitants et des jeunes en particulier, la mobilisation des acteurs locaux et la dimension festive des initiatives sportives, artistiques et interculturelles.

La combinaison des deux processus, national et régional, a délimité avec précision le cœur de l'étude : concevoir une méthodologie visant, d'une part, à mesurer l'impact économique et l'utilité sociale des grands événements sportifs et, d'autre part, à mieux appréhender la diversité de l'impact social, la Coupe du monde de rugby servant, *in fine*, de test « grandeur nature ».

Cet objectif fondateur, combiné aux préoccupations institutionnelles, différentes selon le niveau d'échelle et le positionnement des institutions concernées, a permis la définition d'une stratégie de recherche quantitative et qualitative. Cette contribution étant centrée sur les impacts touristiques locaux, nous n'utiliserons les données quantitatives que lorsqu'elles seront susceptibles de venir en appui des analyses qualitatives. Pour connaître la stratégie de recherche de l'étude nationale, voir Barget et Gouquet, 2009.

### L'analyse comparée des trois sites franciliens

Cette approche qualitative s'est construite à partir de plusieurs choix stratégiques. Nous avons d'abord proposé de dépasser le temps de l'événement pour reconstruire et analyser la dynamique en amont (un an avant) et en aval (un an après). Soulignons que pour l'analyse en amont, la demande tardive de la part des commanditaires a rendu impossible l'observation *ex ante* des dynamiques qui se sont mises en place sur la région. Il a donc été nécessaire de reconstruire les différentes étapes à partir des documents officiels et des déclarations d'acteurs.

Nous avons ensuite choisi d'engager une analyse comparative visant à décrire et à donner du sens aux ressemblances et différences observées entre trois villes ayant eu un rapport privilégié à la Coupe du monde : Saint-Denis en accueillant les matchs les plus importants puisque le Stade de France est localisé sur son territoire, Noisy-le-Grand et Versailles, parce qu'elles ont chacune accueilli une équipe participante : les Anglais et les Sud-Africains.

Il s'agit aussi de villes inscrites dans des contextes locaux différents qui permettent à l'analyse comparative de dépasser

l'intérêt purement monographique pour interroger l'ensemble du territoire. À l'évidence, les trois villes ont des caractéristiques contrastées, qu'elles soient urbaines, sociodémographiques et économiques. Elles ont aussi des histoires locales et des ancrages politiques très différents. Si Versailles se situe dans un département « bourgeois » de l'Ouest parisien, Saint-Denis et Noisy-le-Grand se situent dans le département emblématique de Seine-Saint-Denis qui connaît cependant de fortes disparités urbanistiques et sociales.

Versailles, ville royale, est mondialement connue. Pourtant, selon le maire adjoint chargé des sports, il s'agit d'une « ville pauvre même si elle regroupe une population aisée ». Cette formule résume, certes de manière très schématique, le paradoxe versaillais. Si le Château, par l'afflux de touristes qu'il provoque, constitue un outil privilégié du développement économique de Versailles, dans le même temps, il empêche, compte tenu de la réglementation relative aux monuments historiques, de nombreux aménagements urbains qui pourraient concerner par exemple la création de zones d'activités économiques. De la même manière, la présence de l'armée, qui occupe environ un tiers du territoire local, réduit aussi toute possibilité de développement économique.

De manière très différente, Saint-Denis bénéficie de la présence d'entreprises importantes (localisées notamment à proximité du Stade de France), mais elle regroupe une population globalement défavorisée. Profondément marquée par son histoire industrielle, Saint-Denis présente toutes les caractéristiques des zones urbaines dites « sensibles » en ce qui concerne la jeunesse de sa population, la diversité des origines culturelles, le niveau de vie ou encore le taux de chômage. La ville de Noisy-le-Grand se positionne de manière différente puisqu'elle s'est inscrite dans le processus de développement provoqué par la création de la ville nouvelle de Marne-La-Vallée (Dans les années 1970, l'État français a créé des villes nouvelles situées en périphérie de Paris afin de mettre de l'ordre dans le développement anarchique de l'agglomération parisienne. Il s'agissait notamment de rassembler sur ces territoires les emplois, les habitations et les services). La ville a ainsi connu une augmentation rapide de sa population, passant de 25 000 habitants en 1968 à 62 000 en 2008. La commune présente une réalité assez ambivalente : ville en bord de la Marne, en développement économique, mais exposée aussi aux difficultés sociales.

Dans ces trois communes, la recherche s'est appuyée sur :

- une analyse documentaire (presses locales, presses municipales, projets formalisés et documents de communication, documents budgétaires, documents de bilan, etc.) ;
- de nombreux entretiens avec les responsables politiques et administratifs de la municipalité, les responsables associatifs, l'office du tourisme, etc. ;
- un atelier avec les clubs de rugby des trois villes pour reconstruire le processus de mobilisation du club, pour identifier les difficultés rencontrées, pour décrire les projets spécifiques organisés et évaluer leurs effets à moyen terme ;
- une dizaine d'observations participantes à Saint-Denis pendant la Coupe du monde. L'équipe conduisant la recherche a été présente les jours d'animation du village

« Rugbycolor » (avant, pendant et après les retransmissions des matchs). Elle a assisté au défilé de « La mêlée des mondes » le 8 septembre 2007, au tout début de la Coupe du monde. Des observations ont aussi eu lieu pendant les séquences de passation des questionnaires dans la ville, qui se sont déroulées en fin d'après-midi ainsi que des samedis et dimanches sur un axe allant du Stade de France à la basilique en centre-ville. D'autres observations ont permis de repérer l'utilisation des équipements de proximité (par exemple le terrain synthétique installé devant la basilique).

Dans ce cadre, une attention particulière a été portée aux aspects touristiques. Il s'est agi en particulier d'analyser les dépenses des touristes étrangers, de reconstruire les stratégies des acteurs locaux et d'analyser les chiffres de fréquentation des principaux sites touristiques franciliens dans la mesure où le ministère du Tourisme avait par ailleurs développé son propre système d'observation, notamment en ce qui concerne les chiffres de la fréquentation hôtelière (INSEE-direction du Tourisme, 2007).

### **L'empilage des stratégies d'acteurs Un partenariat complexe**

Le 5 avril 2007, soit cinq mois avant la tenue de l'événement, dix-sept acteurs nationaux, régionaux et locaux ont signé une « convention nationale relative à l'accueil des visiteurs pendant la Coupe du monde de rugby 2007 » qui affirme la volonté commune de construire des partenariats à tous les niveaux autour d'un enjeu principal lié à l'image de l'Hexagone :

« Les professionnels du tourisme, signataires de cette convention, s'engagent avec les pouvoirs publics et le comité d'organisation de la Coupe du monde à œuvrer pour que tous les acteurs qui exercent leur activité dans chacune des villes hôtes de la compétition, ainsi que dans les régions et départements autour des villes, se mobilisent pour offrir le meilleur accueil aux amateurs de rugby pendant la Coupe du monde 2007. En conséquence, ils s'engagent à encourager la mobilisation de leurs réseaux locaux et à inciter à adhérer à une charte locale de l'accueil du visiteur amateur de rugby... » Par la signature de cette charte, le ministère du Tourisme a souhaité fédérer et sensibiliser les acteurs du tourisme, et faciliter la mise en relation avec les organisateurs de la Coupe du monde de rugby.

Dans la mise en œuvre, cet engagement collectif s'est pourtant heurté à la complexité du partenariat et à ses enjeux. L'événement superpose en effet tous les niveaux d'échelles du local à l'international.

Dans les trois communes observées, les offices de tourisme communaux ou intercommunaux qui ont pour mission la promotion du tourisme sur le territoire de la collectivité ont développé des stratégies ambitieuses afin de profiter au mieux de « l'effet d'aubaine » provoqué par la Coupe du monde. Par exemple, la ville de Noisy-le-Grand a tenté de valoriser le patrimoine hôtelier (820 chambres) et touristique local avec l'espoir que les supporters sud-africains viendraient se loger à proximité de leur équipe nationale pendant la compétition. Selon le maire adjoint à l'initiative du projet (pourtant ancien professionnel dans le secteur du tourisme),

ce fut « un échec complet puisqu'il y a eu seulement trois familles sud-africaines hébergées à Noisy-le-Grand ».

Au niveau départemental, les comités départementaux du tourisme sont aussi des organismes créés par les conseils généraux pour soutenir le développement du tourisme. En prenant appui sur l'accueil de l'équipe d'Angleterre à Versailles, le conseil général des Yvelines a défini une stratégie plutôt originale : il s'agissait d'organiser des manifestations et des actions en direction des milieux d'affaires anglais. Plusieurs opérations de valorisation du potentiel versaillais ont été organisées avec en particulier la création d'un club d'entreprises franco-britanniques, le Rugby Business Club des Yvelines, destiné à « renforcer les échanges économiques entre les entreprises anglo-saxonnes et les représentants politiques et économiques du département » (Rugby Yvelines Business Club, 2007).

Au niveau de la région, le comité régional du tourisme créé par le conseil régional d'Île-de-France est surtout intervenu, dans le cadre de la Coupe du monde, en soutenant la formation des volontaires. Il cohabite avec la délégation régionale du Tourisme qui est un service déconcentré de l'État et qui, à ce titre, assure le suivi de l'ensemble des actions concourant à la mise en œuvre de la politique de l'État en faveur du secteur du tourisme.

D'autres ministères (Affaires étrangères, Intérieur, Défense, Santé, etc.) sont directement impliqués et coordonnent leur action au sein de la Délégation interministérielle aux grands événements sportifs.

Enfin, puisqu'il s'agit d'un événement international, les différentes ambassades des pays concernés ont été présentes sur les aspects de la promotion touristique de leur propre pays et sur le protocole d'accueil de leurs représentants.

Le partenariat a donc concerné des acteurs multiples, avec des statuts (associations, services d'État, représentants diplomatiques, etc.) et des cultures professionnelles différents. La coordination s'est avérée complexe et certains ont développé des stratégies propres pour tenter d'être identifiés de façon spécifique.

### **L'exemple de Saint-Denis : un programme ambitieux d'accueil, d'information et de promotion touristique**

La localisation du Stade de France, à Saint-Denis, crée dans cette commune une situation exceptionnelle. Depuis 1998, date d'inauguration de cet équipement, la commune a accueilli sur son territoire de nombreux grands événements sportifs : la Coupe du monde de football (1998), les Championnats du monde d'athlétisme (2003) ou encore la finale de la Ligue des Champions de football (2006). Elle a, au fil du temps, construit une véritable stratégie politique et un mode d'organisation visant, d'une part, à gérer au mieux la frustration potentielle de ses habitants dont une grande majorité n'a pas les ressources financières pour assister à l'événement pourtant très proche et, d'autre part, à optimiser l'impact local de ces événements tant au plan social qu'économique.

Dans le secteur touristique, cette volonté d'exploiter l'événement au bénéfice du territoire et de ses habitants a donné lieu à un programme ambitieux articulé autour de deux objectifs. Il s'est agi, d'un côté, de diffuser et de valoriser l'image du territoire (Saint-Denis et les communes

appartenant à la communauté d'agglomération de Plaine Commune – Saint-Denis, Aubervilliers, Epinay-sur-Seine, l'Île-Saint-Denis, Pierrefitte-sur-Seine, Stains, Villetaneuse et La Courneuve forment un ensemble urbain regroupant environ 340 000 habitants) qui est traditionnellement assimilé aux émeutes urbaines déclenchées par les difficultés sociales, en insistant notamment sur son potentiel touristique, tant au niveau de l'hébergement à proximité immédiate de Paris que des sites à visiter. Au-delà du Stade de France et de la basilique, nécropole des rois de France, qui accueillent chaque année plus de 200 000 visiteurs, le territoire compte aussi un musée d'art et d'histoire, le musée de l'orfèvrerie Bouilhet-Christofle ou encore la cité-jardin de Stains.

D'un autre côté, il s'est agi d'optimiser la qualité de l'accueil des spectateurs ayant ou non une place pour le stade (15 à 20 000 Anglais sont venus sans billet pour participer à la fête sportive lors de la demi-finale opposant l'Angleterre à la France) pour les fixer le plus longtemps possible sur le territoire et leur permettre de se restaurer, de découvrir le patrimoine culturel ou de participer aux nombreuses animations festives proposées dans le cadre du village « Rugbycolor ».

Cette stratégie touristique s'est concrétisée par la mise en place d'un dispositif important et original par certains aspects. Piloté par l'office du tourisme intercommunal, ce dispositif d'animation et de valorisation s'est déroulé en étroite collaboration avec la ville de Saint-Denis et en partenariat avec le comité régional de tourisme Paris-Île-de-France et le comité départemental de tourisme de Seine-Saint-Denis.

La valorisation de l'offre touristique a été engagée, dès le début de l'année 2007, par la présence de l'office de tourisme dans les salons spécialisés à Londres, à Bruxelles, au salon mondial du tourisme à Paris ou encore au salon « Journée de la France » à Canberra en Australie. Sur le même registre, l'office de tourisme a été présent lors des différentes conférences de presse organisées par la ville de Saint-Denis pour scander la préparation et le déroulement de la Coupe du monde de rugby. Il a aussi organisé plusieurs visites guidées du territoire en direction des partenaires institutionnels. Dans ce cadre, l'office de tourisme a aussi profité de la Coupe du monde pour concevoir des outils réutilisables au-delà de l'événement sportif. Cela concerne par exemple la traduction en anglais du site Internet de l'office de tourisme, la réalisation d'une brochure destinée à l'accueil des groupes ou encore l'édition de 80 000 exemplaires d'un plan de la ville identifiant de manière schématique les sites sportifs et culturels, les principales voies de circulation, les accès aux transports collectifs permettant de rallier Paris en quelques minutes et indiquant les principales animations.

Enfin, et de manière certainement inédite, la ville a déployé le projet « Bienvenue à Saint-Denis ». Dans le cadre de ce dispositif d'accueil, d'information et de promotion touristique, 150 volontaires, employés des services municipaux, ont été formés pour participer à l'accueil des délégations, des personnalités et plus largement des touristes. Appuyés par 50 professionnels du tourisme (mis à disposition par les offices de tourisme régional, départemental et intercommunal), ils ont été chargés, pendant les jours de match, d'orienter les visiteurs, d'apporter des informations sur le territoire et de

dépister, voire de régler, d'éventuelles difficultés. Positionnée sur six sites et renforcée par des équipes mobiles à pied et à vélo, cette « force accueillante » a facilité l'accueil des touristes, parfois désorientés, car persuadés que le Stade de France était situé à Paris ! Il convient de souligner que ce dispositif a nécessité la mise en œuvre de formations spécifiques et la réalisation d'un « guide du volontaire » proposant des repères linguistiques, rappelant les principes d'un bon accueil, présentant le territoire, ses sites touristiques et les principales animations.

Le dispositif d'accueil touristique déployé à Saint-Denis est à l'évidence ambitieux. Il est en tout cas à la hauteur du nombre considérable de touristes qui sont passés sur ce territoire pendant l'événement (la ville de Saint-Denis estime que 250 000 personnes sont venues au village « Rugbycolor »). Il reflète aussi la diversité et l'articulation des stratégies développées par les différents acteurs du tourisme, qu'ils agissent aux niveaux local, départemental, régional ou national.

À ce niveau, l'organisation de ce grand événement a produit un « multipilotage » qui bouscule la gouvernance et le fonctionnement habituels des organisations chargées du tourisme en valorisant certaines dimensions stratégiques habituellement moins prises en compte :

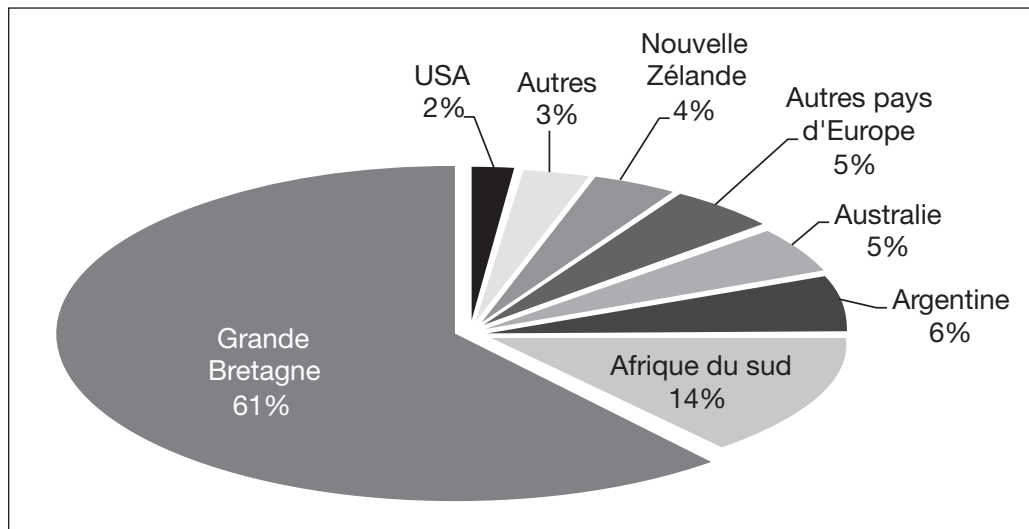
- pilotage par les enjeux commerciaux avec les contraintes posées par l'International Rugby Board (IRB) et le groupement d'intérêt public autour de la propriété du titre, de l'exclusivité commerciale des organisateurs sur le périmètre de 500 mètres, etc. ;
- pilotage par les enjeux politiques (ainsi à Saint-Denis le tourisme a été dès le départ intégré comme un des axes du projet politique global de l'événement et, à ce titre, piloté en direct par la ville) ;
- pilotage par les enjeux techniques, notamment les contraintes de sécurité et de logistique, qui ont pu prendre une importance considérable au regard de la portée de l'événement ;
- maintien du pilotage par les enjeux culturels par les responsables des sites touristiques qui conservent une autonomie de projet et de gestion, mais qui doivent intégrer des contraintes nouvelles.

Ces différents aspects confirment que l'accueil de nombreux touristes dans le cadre des grands événements sportifs ne se pose pas seulement dans les termes techniques habituels. Ainsi, convient-il de dépasser la gestion des flux et les conditions d'hébergement et de restauration pour envisager une gestion globale des spécificités du tourisme sportif événementiel.

### **La diversité des impacts touristiques Spectateurs d'abord, touristes un peu !**

Les grands événements sportifs ont la réputation d'attirer de nombreux spectateurs venus du monde entier. La Coupe du monde de rugby n'a pas échappé à cette règle : environ 450 000 billets ont été vendus à des étrangers sur un total de 2,25 millions de billets vendus (Barget et Gougnet, 2009).

En Île-de-France, l'analyse de l'origine des spectateurs étrangers (illustration 1) (168 715 billets) fait apparaître une majorité de spectateurs venant de Grande-Bretagne (61 %)



**ILLUSTRATION 1** : La provenance des spectateurs étrangers venus en Île-de-France assister à un match de la Coupe du monde de rugby (source : Charrier *et al.*, 2008).

ainsi qu'un nombre significatif venant d'Afrique du Sud (14 %), d'Argentine et d'Australie. Cette répartition confirme les données existantes (INSEE-direction du Tourisme, 2007; DIGES, 2008), mais elle est aussi certainement le produit des matchs choisis pour réaliser l'enquête quantitative : France-Irlande, Irlande-Argentine, les deux demi-finales France-Angleterre et Afrique du Sud-Argentine, et les deux finales France-Argentine et Angleterre-Afrique du Sud.

Il convient aussi, pour ne pas surestimer cet afflux de touristes venus de loin, de souligner la présence de spectateurs de proximité, habitant à quelques kilomètres du site sportif et donc, à priori, peu concernés par les sites touristiques, qui peuvent être visités en d'autres occasions : 61 % des spectateurs français venus au Parc des Prince ou au Stade de France habitent la région parisienne et déclarent moins de 100 km de distance domicile/stade aller-retour). Il convient enfin de souligner l'importance de spectateurs venus de province et qui, alors, peuvent combiner des activités sportives, familiales ou touristiques. Cette situation est d'autant envisageable en ce qui concerne la Coupe du monde de rugby puisque l'on connaît l'ancrage historique de cette activité sportive dans le sud-ouest de la France c'est-à-dire à plusieurs centaines de kilomètres de la capitale.

Le souhait d'assister à la Coupe du monde en tant que spectacle sportif est la raison principale de la présence des spectateurs (87 % au total) avec un taux à 95,1 % pour les spectateurs français en stade. Il faut cependant noter la proportion non négligeable de spectateurs étrangers venus en premier lieu pour le tourisme (18,9 %) et qui ont profité de l'événement pour assister à des matchs sur grand écran.

Au niveau des dépenses, les enquêtes disponibles sur la fréquentation hôtelière (Secrétariat d'État du Tourisme, 11 octobre 2007) montrent une hausse de 6,4 % du nombre de nuitées étrangères dans les hôtels de la région parisienne en septembre 2007 par rapport à septembre 2006 (moyenne nationale : 4,1 %). Elles indiquent aussi des taux d'occupation record les jours de match à Paris (98 % pour la demi-finale avec un prix moyen supérieur à 230 euros) (MKG, 2007).

D'après notre enquête, les dépenses des spectateurs étrangers sont, en moyenne, six à sept fois supérieures à celles des Français. La ventilation (voir tableaux 1 et 2) fait apparaître trois postes principaux : transport, logement et nourriture. Il faut noter la faible part consacrée au tourisme (2,5 % des dépenses des spectateurs étrangers des stades). Même si on l'agrège avec les dépenses pour les sorties, la part reste faible, autour de 10 %.

### La Coupe du monde : un impact modeste sur la fréquentation des sites touristiques franciliens

Les organisateurs et les acteurs se félicitent donc à juste titre du succès de fréquentation hôtelière et de remplissage des stades. Mais si l'on rapporte ces chiffres à ceux de la fréquentation touristique globale (chaque année 28 millions de personnes dont 19 millions d'étrangers sont accueillis à Paris), force est de constater que la Coupe du monde de rugby à Paris est un événement dont la taille limitée ne peut pas avoir un impact majeur sur le bilan global du tourisme dans la capitale.

Cet impact peut même être considéré comme nul ou négatif sur la fréquentation des sites touristiques, comme le montre l'analyse comparative de deux des trois villes observées, qui disposent de sites remarquables.

À Saint-Denis, l'office de tourisme (2008) note une baisse de la fréquentation des sites touristiques de 22 % sur les mois de septembre et octobre 2007 malgré une hausse significative de la fréquentation étrangère. En fait, si l'on exclut la réduction de fréquentation du Stade de France (44 %) pour des raisons évidentes d'occupation du stade, la baisse effective est ramenée à 14 %. On pourrait encore affiner ce résultat en essayant d'évaluer le nombre de visites non comptabilisées de la basilique (la mesure n'enregistre que les visiteurs ayant payé leur entrée). Mais malgré ces précautions méthodologiques, il s'agit d'une baisse incontestable de la fréquentation.

À Versailles, l'événement « Coupe du monde de rugby » n'a pas empêché la progression (constante depuis plusieurs années) de la fréquentation journalière du château, mais il ne l'a pas modifié (illustration 2). Il faut noter que ce résultat est

Tableau 1 : **Les spectateurs français et étrangers** (Extrait des données quantitatives produites dans le cadre de l'étude menée en Île-de-France.)

<b>La principale raison de la venue des spectateurs est très massivement sportive</b>					
	Spectateurs français Stade	Spectateurs étrangers Stade	Spectateurs français Écrans	Spectateurs étrangers Écrans	Total
Non-réponse	0,5 %	0,0 %	0,4 %	0,0 %	0,3 %
Organisation CMR	1,1 %	0,4 %	0,0 %	0,0 %	0,6 %
Famille-Amis	0,8 %	0,4 %	2,6 %	1,9 %	1,3 %
Activité commerciale CMR	0,5 %	2,2 %	1,3 %	1,9 %	1,3 %
Tourisme	0,0 %	5,4 %	2,2 %	18,9 %	3,1 %
Travail	0,5 %	0,9 %	2,2 %	1,9 %	1,1 %
Spectateur CMR	95,1 %	87,9 %	76,8 %	73,6 %	87,1 %
Autres	1,4 %	2,7 %	14,5 %	1,9 %	5,2 %
	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Source : Charrier *et al.*, 2008 : p. 70.Tableau 2 : **Les dépenses moyennes des spectateurs (hors achat des billets) sont ventilées autour de trois postes principaux**

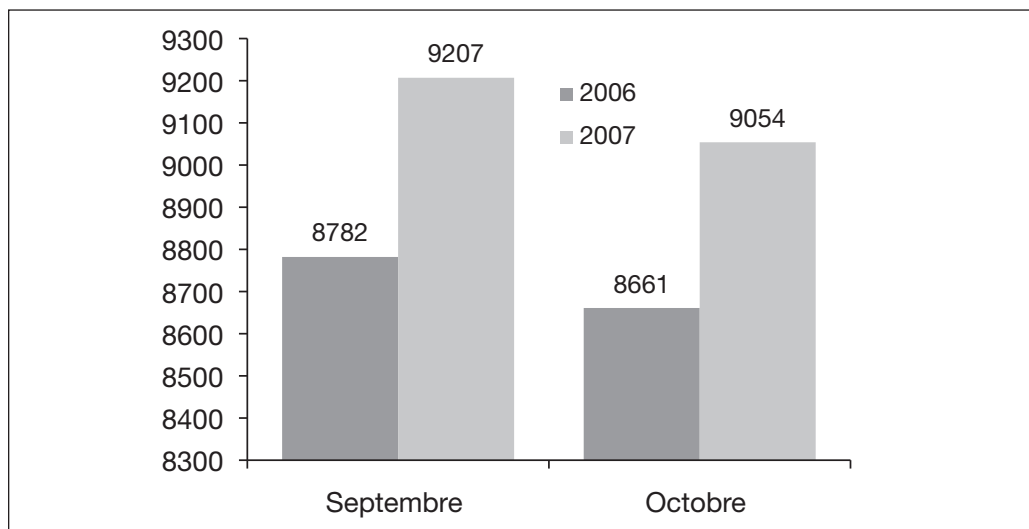
	Spectateurs français Stade	Spectateurs étrangers Stade	Spectateurs français Écrans	Spectateurs étrangers Écrans
Transport	216,0	1275,6	109,7	964,1
Logement	77,4	923,0	48,7	526,0
Nourriture stade	28,0	90,3	0,0	0,0
Nourriture	79,9	399,3	90,4	420,3
Sorties	22,8	255,7	31,6	96,9
Tourisme	4,6	80,9	9,0	79,6
Services divers	0,3	12,5	0,4	4,3
Autres	26,7	101,1	35,8	101,2
Total	455,5	3138,3	325,6	2192,4

Source : Charrier *et al.*, 2008 : p. 76.

en contradiction avec les effets négatifs significatifs constatés lors de la Coupe du monde de football en 1998. On peut raisonnablement penser que la différence d'impact entre les deux événements s'explique par la différence des caractéristiques sociodémographiques et des comportements des spectateurs

du football et du rugby. Les décideurs locaux reconnaissent toutefois que leur cible principale, les touristes anglais et les entreprises anglaises, n'a pas été atteinte et qu'ils ont dû procéder à un repositionnement de leur programme d'animation en direction des habitants de la ville.





**ILLUSTRATION 2** : La fréquentation quotidienne du château de Versailles pendant la Coupe du monde de rugby 2007 (7 septembre-20 octobre 2007) (source : Charrier *et al.*, 2008).

Plusieurs hypothèses peuvent être avancées pour expliquer ce constat d'un impact très relatif de la Coupe de monde.

D'abord, un « effet d'éviction » peut être envisagé : l'annonce de l'importance de l'événement peut dissuader certains touristes de venir pendant cette période et dans les villes concernées. Ils craignent la surfréquentation des sites, que des images de liesse collective et autres mouvements de foule laissent prévoir, les troubles de la sécurité accompagnant en particulier les compétitions de football et l'augmentation des tarifs (le prix moyen de l'hôtellerie a été augmenté de 50 % à Paris pour une hausse sur l'ensemble des sites de 20,3 % jugée « modérée et raisonnable » par MKG Hospitality, 24 octobre 2007).

Il convient aussi d'envisager un « effet de substitution ». Le « budget tourisme » est transféré et concentré sur la Coupe du monde et ses animations au détriment des sites habituels. Plusieurs interlocuteurs nous ont dit avoir constaté, quelquefois avec surprise et déception, l'intérêt relatif pour le tourisme patrimonial des spectateurs et journalistes sportifs. L'événement sportif constitue l'objectif prioritaire de leur venue et organise un emploi du temps peu compatible avec la visite touristique. Ce phénomène épargne les sites les plus prestigieux considérés comme incontournables par les visiteurs comme par les organisateurs de voyage.

Au-delà de cette dernière explication qui la concerne évidemment (s'il dispose d'une demi-journée, le touriste se rendra à la Tour Eiffel dans le centre de Paris avant d'aller visiter la basilique à Saint-Denis), la ville de Saint-Denis connaît une situation particulière. En 1998, elle avait bénéficié de la nouveauté du Stade de France et de la dynamique économique et médiatique qui l'accompagnait. Dix ans plus tard, l'effet de nouveauté n'existe plus et l'image de la ville s'est dégradée comme en atteste la présentation qui a été faite, dans certains pays étrangers, des émeutes urbaines en France en 2005. Paradoxalement, aujourd'hui plus proche et articulé avec la capitale, le territoire de Saint-Denis souffre plus de la proximité de Paris.

### L'impact des flux touristiques sur l'espace urbain

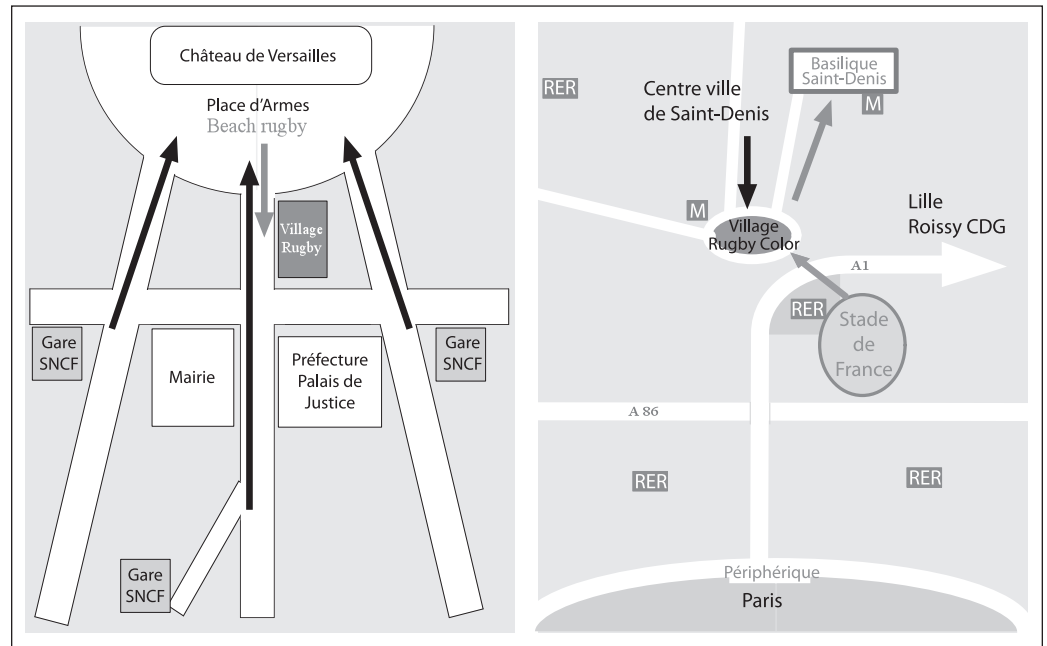
L'impact social d'un événement s'appréhende aussi par la façon dont celui-ci marque ou s'intègre dans l'espace urbain. Les signes les plus apparents sont constitués par le pavoiement des territoires proches du lieu où l'événement se produit ou est diffusé. À ce niveau, les communes observées ont mis un point d'honneur à colorer les centres-villes aux couleurs de la Coupe du monde. Au-delà de cet aspect de la signalétique urbaine, qui joue un rôle dans la montée en puissance de l'événement, des marqueurs plus structurants s'organisent en particulier autour de la gestion des flux de touristes et de spectateurs, en fonction des caractéristiques locales et des stratégies politiques développées (illustration 3).

À Versailles, la ville a installé son « village Rugby » le long de l'avenue qui mène au Château. L'objectif est à la fois d'en faire un contrepoint à l'attractivité extrêmement forte du Château et de la renforcer pour les touristes présents et les sportifs attendus.

Les touristes confluant vers le Château ou refluant du Château sont interpellés par la présence et les animations du village du rugby. L'organisation du rugby sur sable sur la Place d'Armes a constitué un moment fort de cette dynamique en détournant les conventions historiques et culturelles qui régissent le site. Régulièrement, à l'occasion des retransmissions sur grands écrans et des animations, le village a aussi généré des flux de Versaillais et quelques touristes nationaux et internationaux.

De façon beaucoup plus ponctuelle, quelques animations ont eu lieu en plusieurs endroits de la ville (initiation au rugby dans les quartiers en liaison avec les associations de commerçants) pour essayer de contrebalancer le poids de cette mobilité de convergence.

À Saint-Denis, la ville a construit le village « Rugbycolor » à mi-chemin entre le centre-ville et le Stade de France, séparés par un nœud routier important. Cet espace de 10 000 m<sup>2</sup>, construit sur le site d'une gare routière, a été complètement aménagé pour l'occasion. Il a été conçu comme un sas entre le centre-ville et le Stade de France pour favoriser la



**ILLUSTRATION 3 :** Les flux de touristes et de spectateurs à Versailles et à Saint-Denis (source : Charrier *et al.*, 2008).

rencontre entre des habitants se rendant vers le stade et des touristes visitant la ville et se rendant notamment vers la basilique. Il a généré des flux massifs et fréquents qui ont modifié les circulations et les centres de gravité de la ville, et il a été accompagné d'un certain nombre de perturbations du trafic et de la circulation automobile pour les riverains. Avec un succès remarquable de fréquentation, il a largement permis la rencontre festive entre les habitants et les spectateurs. Mais il n'est pas certain qu'il ait réellement permis d'encourager les habitants à poursuivre vers le Stade de France (d'abord évidemment à cause du prix des billets) et non plus à encourager les touristes sportifs à visiter les sites remarquables de la ville. S'il faut noter que des animations ponctuelles décentralisées dans les différents quartiers de la ville ont eu lieu pendant les mois qui ont précédé l'événement, c'est bien autour d'un axe central basilique/stade que s'est construite la dynamique urbaine du projet dionysien. Mise à part l'exceptionnelle animation liée à la parade de « La mêlée du monde », la rue commerçante parallèle à la rue qui mène à la basilique semble n'avoir pas bénéficié beaucoup de ce flux touristique.

### Conclusion

La mise en œuvre d'une stratégie de recherche combinant une approche quantitative nationale (dans les huit régions concernées par la Coupe du monde afin de calculer l'impact économique et l'utilité sociale) et une approche qualitative développée spécifiquement en Île-de-France est inédite et s'est révélée particulièrement productive.

Dans le domaine touristique, elle a permis d'identifier et d'analyser les stratégies développées par des acteurs occupant des positions institutionnelles différentes. Dans ce cadre, elle a confirmé l'existence et la complexité des enjeux territoriaux même si, *in fine*, les effets touristiques à court terme de la

Coupe du monde sont bien modestes dans une région éminemment touristique.

Mais, l'intérêt de l'approche qualitative s'intéressant aux dynamiques construites en amont et en aval de l'événement est aussi d'avoir pu repérer un certain nombre d'effets « retard » qui semblent se dessiner et qui sont aussi à inscrire au bilan de la Coupe du monde de rugby. Ils concernent, d'abord, de manières différentes, les sites observés. L'office de tourisme Saint-Denis-Plaine-Commune a fait un bilan mitigé en termes de résultats pendant la Coupe du monde. Mais l'événement a provoqué la conception des nouveaux outils de communication qui semblent expliquer, quelques mois après la Coupe du monde de rugby, un afflux significatif de demandes touristiques. À Versailles, l'utilisation de l'environnement du Château pour des initiatives extraculturelles a connu, grâce à la Coupe du monde de rugby un développement nouveau : rugby sur sable sur la Place d'Armes, village et grand écran à proximité... Mais dans le contexte politique local particulier des élections municipales, cet usage a fait débat et il semble que cette initiative pourrait ne pas être reconduite comme en atteste l'annulation du tournoi de rugby sur sable en 2008 malgré le succès de 2007 et malgré un engagement plus fort de la Fédération de rugby.

Au-delà de ces effets locaux, la réussite globale de la Coupe du monde de rugby participe aussi du processus de reconquête d'image pour la France, qui a eu, à plusieurs reprises, à subir l'impact d'enjeux diplomatiques internationaux. Cela concerne aussi les villes françaises. Si l'image de Paris est indissociable de celle de la France, celle de Saint-Denis a eu à souffrir de l'impact des difficultés des banlieues françaises dont les « émeutes de 2005 » ont quelquefois été présentées à l'étranger comme une guerre civile. En démontrant une nouvelle fois leurs capacités organisationnelles et d'accueil, les acteurs de la Coupe du monde ont ainsi contribué à

l'attractivité touristique de la France dont le récent passage de la flamme olympique à Paris montre bien qu'elle n'est jamais définitivement acquise.

La gestion temporelle des dynamiques locales déclenchée par l'événement a été différente selon les villes observées. Mais dans tous les cas, il a bien fallu tourner la page. Il reste en général le souvenir fort du plaisir partagé. Cette empreinte marquera durablement l'imaginaire local et facilitera la mobilisation future des organisations, des personnels et des populations. ■

### Bibliographie

- ANDREFF, Wladimir (1991) « Les effets d'entraînement des Jeux Olympiques d'Albertville : retombées socio-économiques et innovations dans le domaine du sport en Région Rhône-Alpes », *Programme pluridisciplinaire en sciences humaines*, n° 15, Rhône-Alpes. 443 p.
- BARGET, Eric et Jean-Jacques GOUGUET (2009) *Impact économique et utilité sociale de la coupe du monde de rugby 2007 en France*, Synthèse réalisée pour le ministère de la Santé, de la Jeunesse et des Sports et de la Vie Associative, Centre de Droit et d'Économie du Sport, Université de Limoges. 46 p.
- BARGET, Eric et Jean-Jacques GOUGUET (2000) « Impact économique du spectacle sportif : analyse critique de la littérature », dans Jean-Jacques Gouguet et Didier Primault (dir.), *Reflets et perspectives : sport et mondialisation : quel enjeu pour le XX<sup>e</sup> siècle ?* Bruxelles, De Boeck Université. 249 p.
- CALLÈDE, Jean-Paul (1998) *La V<sup>e</sup> république : vers une nouvelle répartition des pouvoirs*, catalogue de l'exposition « Sport et Démocratie » coordonnée par J. Durry. Paris, Assemblée Nationale. 127 p.
- CHARRIER, Dominique (2009) « L'impact médiatique de la coupe du monde de rugby 2007 : éléments théoriques et méthodologiques », *Les Cahiers du journalisme : Les nouveaux écrans du sport*, n° 19, revue publiée conjointement par l'École Supérieure de Journalisme de Lille et l'Université Laval (Québec). 264 p.
- CHARRIER, Dominique; HAUTOBOIS, Christopher et Jean JOURDAN (2008) « Coupe du monde de rugby 2007 : retombées économiques, rentabilité sociale et dynamiques locales ». Rapport remis par le laboratoire SPOTS (JE 2496) à la direction régionale de la Jeunesse et des Sports et à la direction régionale du Tourisme, Orsay. 139 p.
- CHARRIER, Dominique (2005) *L'organisation des grands événements sportifs internationaux : discours de légitimation, retombées économiques et enjeux territoriaux*. Symposium thématique : « Sport et sciences sociales : approche transdisciplinaire de la portée du concept de territoire dans la compréhension des phénomènes sportifs ». Recherches actuelles en sciences du sport. Actes du 11<sup>e</sup> Congrès international de l'ACAPS, Paris. 861 p.
- CHARRIER, Dominique (2003) « Tour de France et collectivités locales : un mariage de raison ? » ouvrage collectif sous la direction de P. Porte et de D. Villa, *Maillot jaune, regards sur cent ans du Tour de France*, Anglet, Atlantica. 610 p.
- CHARRIER, Dominique (dir.) (2002) *Le financement du sport par les conseils régionaux, les conseils généraux, les communes de plus de 20 000 habitants, les syndicats d'agglomérations nouvelles et les communautés urbaines. (1995-1998)*, tome 1, Voiron, Presses Universitaires du Sport. 276 p.
- CHARRIER, Dominique et Claire PERRIN (2000) *L'impact économique du sport : l'exemple de la coupe du monde de marche*, Actes de la 8<sup>e</sup> Université Sportive « Citoyen sportif citoyen, territoires et développement local », Paris. 234 p.
- DIGES (2008) *Coupe du monde de rugby*. Bilan général billetterie, Paris, Note diffusée. 2 p.
- GRESSER, Bernard et Olivier BESSY (1999) « Le management d'un événement sportif », dans G. Lacroix et A.-M. Waser, *Le management du sport : 15 études de cas corrigées*, Paris, Les Éditions d'Organisation. 431 p.
- INSEE-direction du Tourisme (2007) *Enquête de fréquentation hôtelière*, département de la stratégie, de la prospective, de l'évaluation et des statistiques, Paris, Tourisme Infos Stat. n° 2007-7. 13 p.
- MKG – Hospitality (2007) Communiqué, MKG Hospitality, octobre, Paris. 4 p.
- Office du tourisme (2008) Bilan d'activité, juin 2008, office de tourisme Saint-Denis Plaine Commune, note diffusée.
- Rugby Yvelines Business Club (2007) *Dossier de presse : lancement du programme « Rugbyvelines »*, 23 mai, Conseil Général des Yvelines
- VIGNEAU, François (1998) *Les espaces du sport*, Que sais-je?, n° 3410, Paris, Presses Universitaires de France. 127 p.