



IMPACT ÉCONOMIQUE DES DEMI-FINALES DU TOP 14 RUGBY À MARSEILLE



une étude commandée par



INTRODUCTION

La Ligue Nationale de Rugby a mandaté le Centre de Droit et d'Economie du Sport pour mener une étude visant à quantifier l'impact économique de l'organisation des demi-finales du TOP 14 qui se sont déroulées à Marseille les 26 et 27 mai 2017.

En plus du calcul d'impact économique, la LNR souhaitait également disposer d'éléments qualitatifs relatifs à l'empreinte laissée par l'événement sur le territoire d'accueil et à son apport en termes d'animation et de notoriété territoriales.

Cette étude a été réalisée entre mars et octobre 2017.

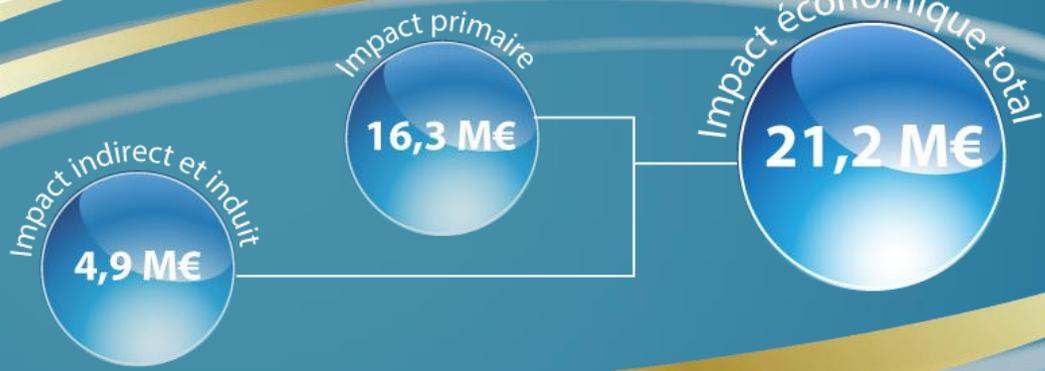


SOMMAIRE

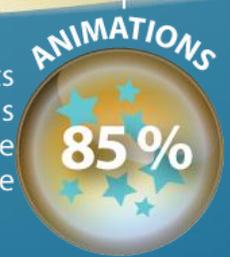
- 1 Chiffres-clés
- 2 Méthodologie
- 3 Impact économique des demi-finales du TOP 14
- 4 Impact social de moyen terme (héritage)

1

CHIFFRES-CLÉS



spectateurs satisfaits des animations mises en place dans la Ville



part de visiteurs déclarant avoir envie de revenir visiter Marseille



2

MÉTHODOLOGIE

- Impact économique
- Impact social de moyen terme (héritage)

2

A

IMPACT ÉCONOMIQUE DES DEMI-FINALES DU TOP 14

Objet de l'étude

L'impact économique d'un événement sportif se définit comme le **surcroît d'activité qu'il induit sur le territoire d'accueil**. Il se mesure de façon contrefactuelle par la comparaison de deux états de l'économie : l'une (hypothétique) sans l'événement ; l'autre avec l'événement. Il faut par ailleurs pour mesurer un tel écart, raisonner en termes de **valeur ajoutée nette** et non pas de chiffre d'affaires. En cela, un calcul d'impact est à différencier de la mesure du poids économique d'un événement sportif donné.

Territoire de référence

Le territoire retenu pour mesurer l'impact économique des demi-finales du TOP 14 est celui de la Métropole Aix-Marseille Provence.

Sources d'injection

- *Dépenses d'organisation* : LNR, financeurs externes.
- *Dépenses des visiteurs* extérieurs au territoire d'étude : spectateurs (grand public et VIP) et équipes participantes.

2

A

IMPACT ÉCONOMIQUE DES DEMI-FINALES DU TOP 14

● Collecte de données

La collaboration totale des services de la LNR a permis d'avoir accès à une information de qualité tant en ce qui concerne la partie organisationnelle des demi-finales qu'en matière de diffusion de l'enquête auprès des spectateurs de l'événement. Au final, le calcul de l'impact économique primaire (aussi appelé « injection nette ») s'avère particulièrement robuste limitant les risques de surévaluation de l'impact total.

Les données ont été collectées de la façon suivante :

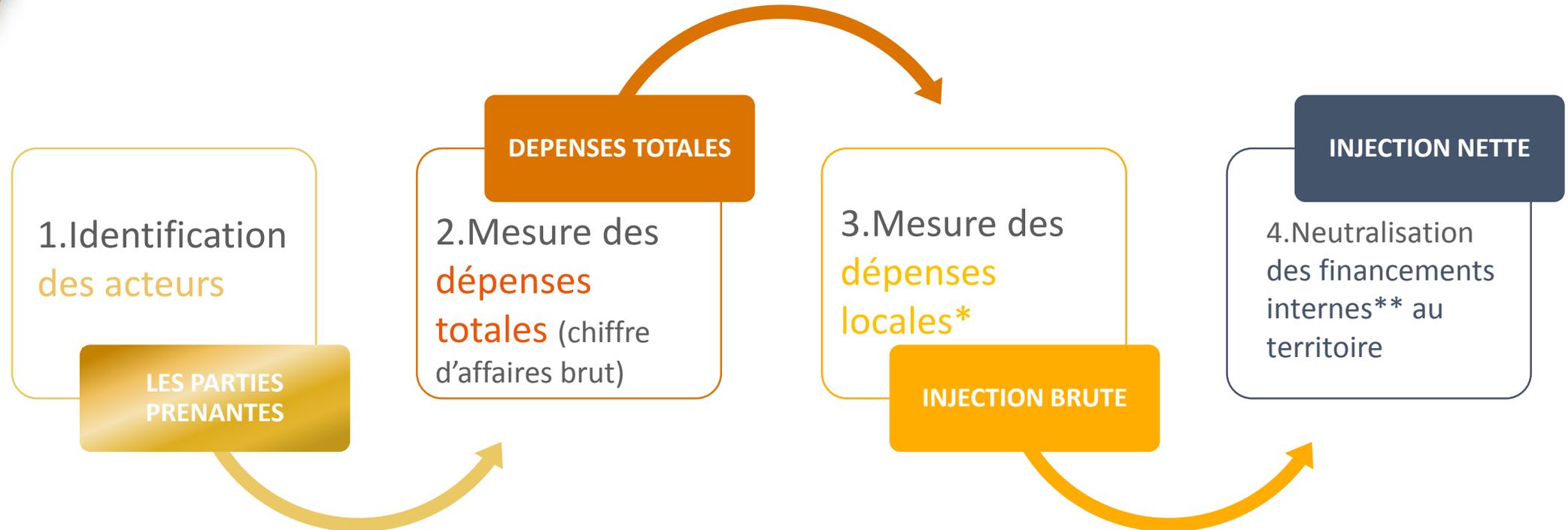
- **IMPACT ORGANISATION** : collecte de données auprès de la Ligue Nationale de Rugby et de la société AREMA (exploitant Orange Vélodrome)
- **IMPACT VISITEURS** :
 - Collecte de données auprès des clubs qualifiés pour les demi-finales 2017 par l'intermédiaire de la LNR.
 - Enquête électronique administrée du 14 juin au 31 juillet 2017 auprès des clients ayant acheté leurs billets sur le site Internet www.lnr.fr. Avec **plus de 4 000 questionnaires** utiles complétés, le taux de retour est extrêmement satisfaisant (> 30%).

2

A

IMPACT ÉCONOMIQUE DES DEMI-FINALES DU TOP 14

Modalités de calcul de l'impact primaire ORGANISATION



* **Afin de tenir compte des fuites hors territoire** : le recours à des prestataires extérieurs de la part des organisateurs de l'événement constitue une fuite hors circuit économique local.

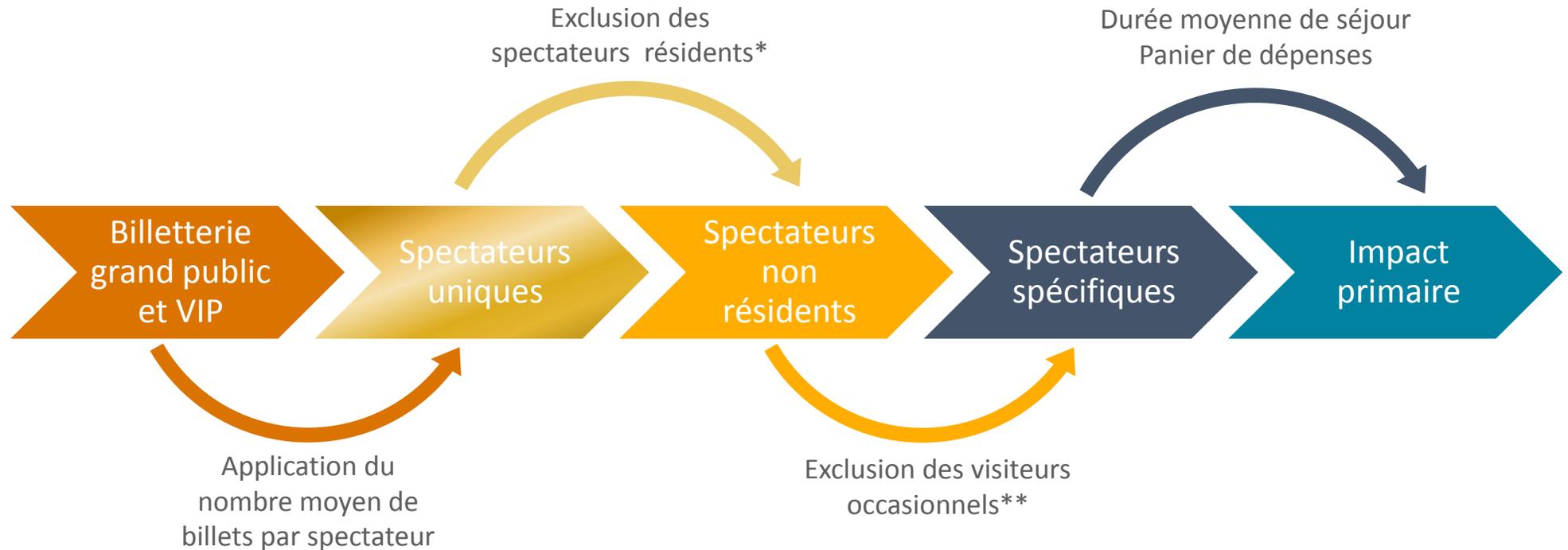
** **Au titre de l'effet de substitution** : les dépenses des acteurs locaux sont neutralisées dans la mesure où, si l'événement n'avait pas eu lieu à Marseille, ces sommes auraient été dépensées malgré tout sur le territoire local pour financer d'autres projets.

2

A

IMPACT ÉCONOMIQUE DES DEMI-FINALES DU TOP 14

Modalités de calcul de l'impact primaire VISITEURS



* **Au titre de l'effet de substitution** : si les spectateurs locaux n'avaient pas dépensé localement dans le cadre des demi-finales du TOP 14, ils auraient dépensé localement pour d'autres motifs.

** **Au titre d'un effet d'opportunité** : les spectateurs ayant profité d'un séjour à Marseille pour d'autres raisons que les demi-finales du TOP 14 (familiales, professionnelles) et ayant assisté à l'une et/ou l'autre des rencontres ne doivent pas être comptabilisés dans le calcul d'impact.

2

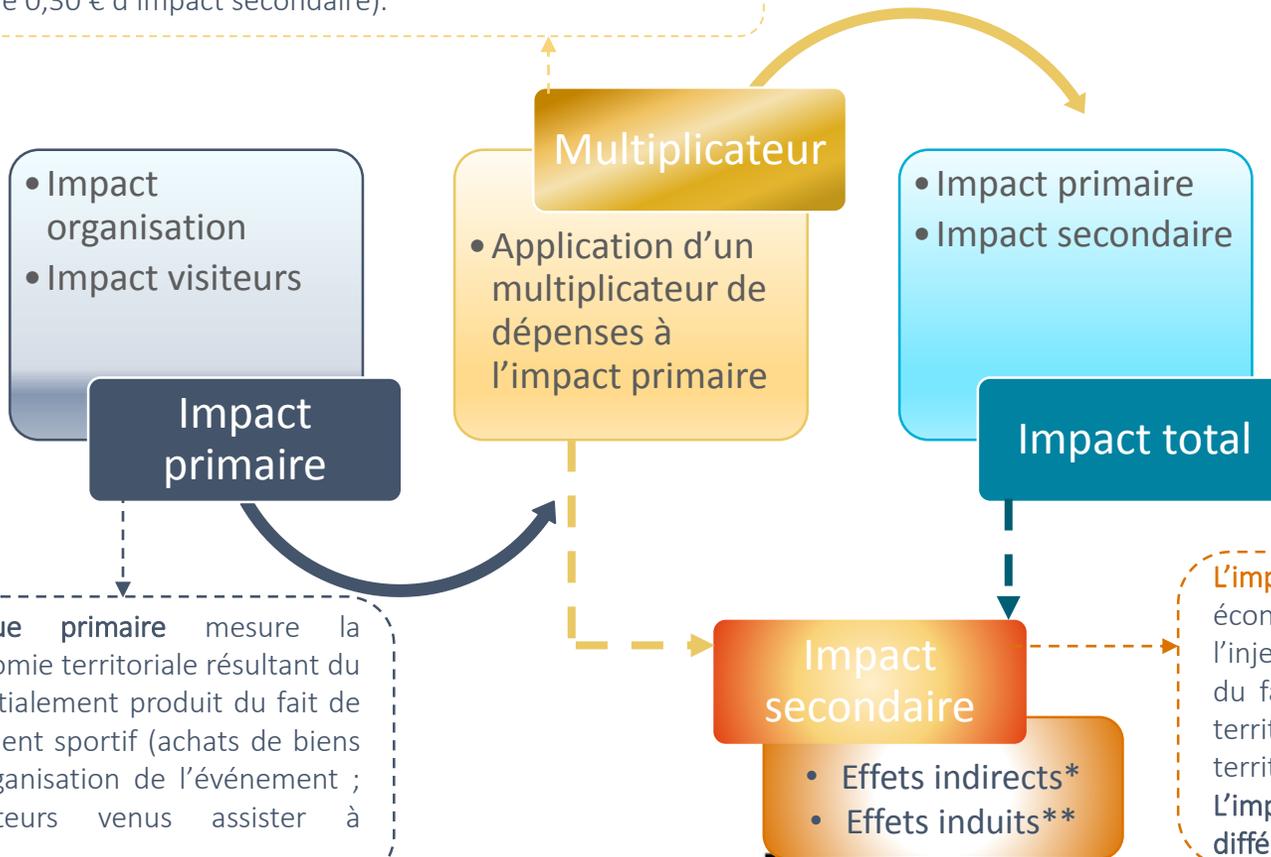
A

IMPACT ÉCONOMIQUE DES DEMI-FINALES DU TOP 14

● Décomposition de l'impact économique des demi-finales du TOP 14

Dans le cadre de notre étude, nous avons privilégié un multiplicateur de Wilson que nous avons calculé comme étant égal à 1,3 (1 € d'impact primaire génère 0,30 € d'impact secondaire).

L'impact économique total mesure la somme des effets directs, indirects et induits. Il se décompose en un impact primaire (injection nette ou impact direct) et un impact secondaire regroupant les effets indirects et induits
L'impact économique total se calcule par l'application d'un multiplicateur de dépenses à l'impact économique primaire. Il existe plusieurs types de multiplicateurs.



L'impact économique primaire mesure la stimulation de l'économie territoriale résultant du choc de demande initialement produit du fait de l'accueil d'un événement sportif (achats de biens et services pour l'organisation de l'événement ; dépenses de visiteurs venus assister à l'événement).

L'impact économique secondaire mesure « l'activité économique complémentaire liée à la propagation de l'injection initiale de ressources dans l'économie locale du fait des relations économiques entre les agents du territoire (ménages, entreprises, collectivités territoriales) ».
L'impact économique secondaire est calculé par la différence entre l'impact total et l'impact primaire.

* Effets indirects : ils résultent des échanges interindustriels générés par l'impact primaire.

** Effets induits : ils résultent de la consommation des ménages ayant bénéficié de revenus du fait de l'impact primaire, qu'ils dépenses (pour partie) localement.

2

B

IMPACT SOCIAL DE MOYEN TERME (HÉRITAGE)

Objet de l'étude

Notre étude a également pour objet d'apprécier l'empreinte laissée par les demi-finales du TOP 14 sur le territoire de la Métropole Aix-Marseille Provence. Cela signifie de mesurer leur apport sur le plan sportif, social et territorial. Nous mesurerons aussi l'impact de l'événement en matière d'animation territoriale et sur l'attractivité et l'image du territoire métropolitain.

Collecte de données

- **Questionnaires** : dans le cadre de l'enquête menée auprès des spectateurs décrite ci-dessus, une partie du questionnaire servira à collecter des informations quant à l'impact sociétal de l'événement.
- **Approche qualitative** par le biais d'interviews de différentes personnes ressources et de parties prenantes.



3

IMPACT ÉCONOMIQUE DES DEMI-FINALES DU TOP 14

- Les parties prenantes
- Impact économique primaire ORGANISATION
- Impact économique primaire VISITEURS
- Synthèse impact économique primaire
- Impact économique total



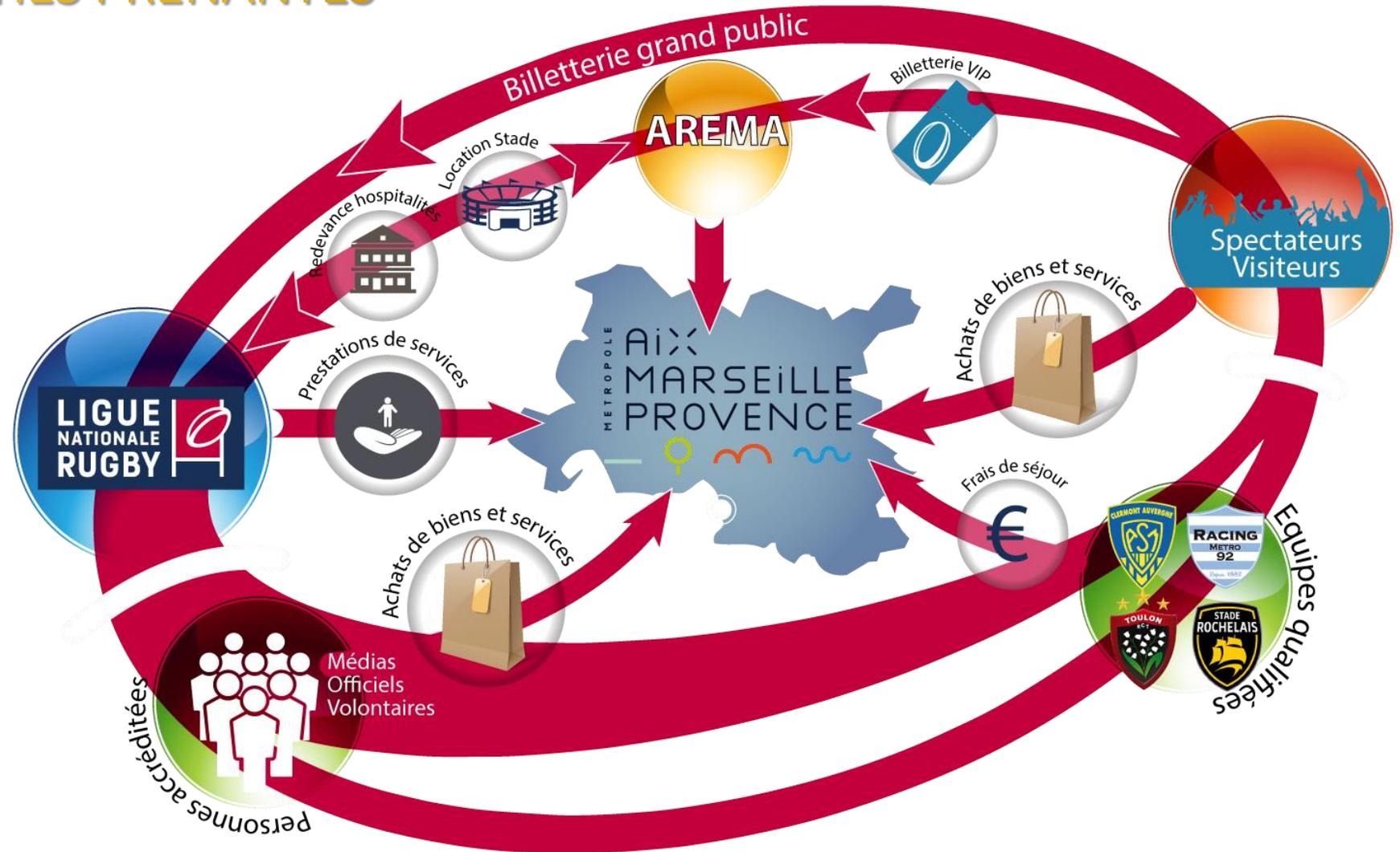
3

A

LES PARTIES PRENANTES

Cette infographie représente de façon simplifiée les diverses parties prenantes pouvant être à l'origine d'une injection de revenus au sein du territoire de la Métropole Aix-Marseille Provence :

- LNR
- Visiteurs extérieurs (grand public ou VIP via AREMA).
- Equipes qualifiées pour les demi-finales.
- Personnes accréditées (médias, organisation, etc.).



3

A

LES PARTIES PRENANTES

Impact organisation

- **LNR** : en tant que détentrice de droits et organisatrice de l'événement, la Ligue collecte la plus grande partie des ressources et supporte la quasi-totalité des charges directement liées à l'organisation matérielle des deux rencontres des demi-finales.
- **AREMA** : société d'exploitation de l'Orange Vélodrome, théâtre des demi-finales, AREMA a collecté une partie des ressources (en assurant notamment la commercialisation des packages hospitalités) et réalisé une partie des dépenses (prestations hospitalités, mise en configuration du stade...).

Impact visiteurs

- **Spectateurs** : les fans des différents clubs ou amateurs de rugby ayant acquis des billets pour venir assister à l'une et/ou l'autre des rencontres ainsi que leurs accompagnateurs dans la mesure où ceux-ci ne résident pas au sein de la Métropole Aix-Marseille Provence et qu'ils sont venus spécialement sur place pour assister à l'événement.
- **Equipes** : les délégations des 4 équipes ayant pris part aux deux rencontres des demi-finales 2018 (ASM Clermont-Auvergne, Racing 92, RC Toulon, Stade Rochelais).
- **Personnes accréditées** : notamment les médias ayant couvert l'événement mais aussi les officiels (pour la partie non prise en charge par la LNR) et les volontaires (non locaux)

3

B

IMPACT ÉCONOMIQUE PRIMAIRE ORGANISATION

Les parties prenantes ORGANISATION



L'organisateur de l'événement

AREMA

La société d'exploitation de l'Orange Vélodrome qui a accueilli l'événement

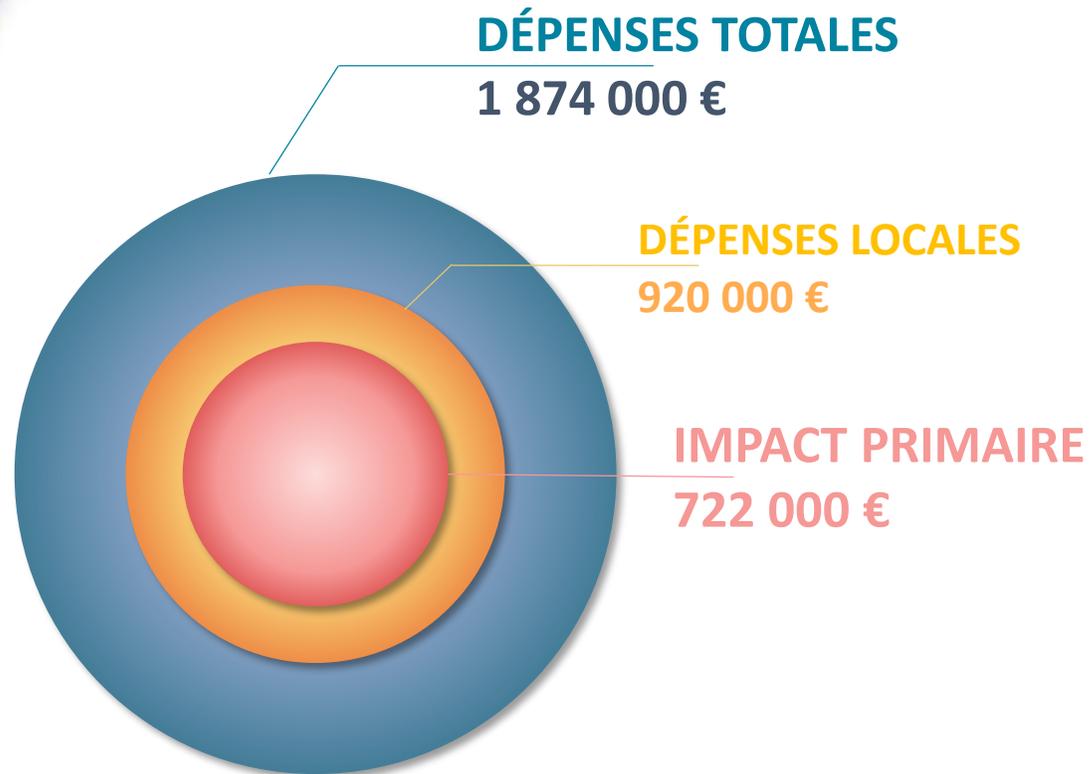
Nous avons identifié, pour chacune d'entre elles, l'ensemble des **produits perçus et des dépenses consenties** afin d'organiser les deux matches des demi-finales du TOP 14 2017

3

B

IMPACT ÉCONOMIQUE PRIMAIRE ORGANISATION

Impact ORGANISATION LNR



- La LNR a dépensé au total **1 874 000 €** pour l'organisation des demi-finales.
- **920 000 €** ont été dépensés sur le territoire de la ville de Marseille (**injection brute**).
- Sur l'ensemble des recettes perçues par la LNR au titre de cet événement, **78% étaient issues d'agents externes au territoire**. Nous appliquons ce pourcentage aux dépenses locales afin de neutraliser l'effet de substitution.*
- Au final, **l'impact primaire s'établit à 722 000 €.**

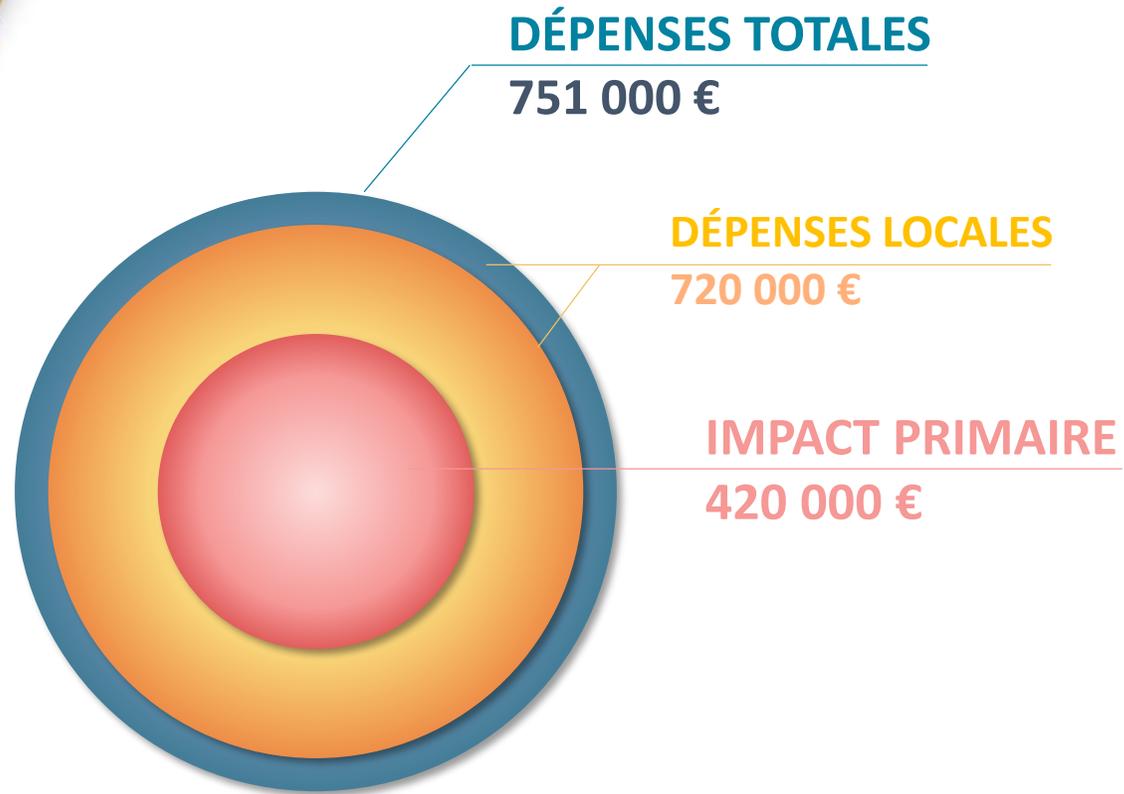
* Les financements locaux sont neutralisés dans la mesure où, s'ils n'avaient pas été destinés aux demi-finales du TOP 14, ils auraient été utilisés pour financer d'autres projets au sein de l'économie locale. Pour mesurer l'injection nette, on ne retient donc que la part des dépenses locales qui sont financées sur fonds externes au territoire.

3

B

IMPACT ÉCONOMIQUE PRIMAIRE ORGANISATION

Impact ORGANISATION AREMA



- AREMA a dépensé **751 000 €*** pour l'organisation des demi-finales.
- **720 000 €** ont été dépensés sur le territoire de la ville de Marseille (**injection brute**).
- 58% des recettes perçues par AREMA étaient issues d'agents externes au territoire.**
- Au final, **l'impact primaire s'établit à 420 000 €.**

*hors reversement en direction de la LNR (quote-part commercialisation hospitalités) neutralisé pour éviter un double-compte.

** voir page 15.

3

B

IMPACT ÉCONOMIQUE PRIMAIRE ORGANISATION

SYNTHESE IMPACT ORGANISATION



Impact

- La Ligue nationale de Rugby a réalisé 50% de ses dépenses sur le territoire de l'agglomération de Marseille
- 78% des revenus liés à l'organisation de cette compétition étaient extérieurs au territoire ce qui a permis d'injecter 722 000 € à l'occasion des demi-finales du TOP 14

722 000 €

420 000 €

DEMI-FINALES

TOP
14
RUGBY

1 142 000 €



Impact

- 96% de dépenses AREMA ont été faite sur le territoire de l'agglomération de Marseille
- 58% des ressources perçues par AREMA pour l'événement sont externes au territoire ce qui réduit l'injection à 420 000 €



3

C

IMPACT ÉCONOMIQUE PRIMAIRE VISITEURS

Les parties prenantes VISITEURS



Les spectateurs et leurs accompagnateurs



Les équipes qualifiées pour les demi-finales 2017

Pour chaque catégorie de visiteurs nous avons déterminé la part de ceux **venus spécialement** pour l'événement, la **durée moyenne de séjour** et le **panier moyen de dépenses locales**

3

C

IMPACT ÉCONOMIQUE PRIMAIRE VISITEURS

Impact VISITEURS « Equipes »

DÉPENSES LOCALES
200 000 €

IMPACT PRIMAIRE
200 000 €

- Par définition les délégations des 4 équipes qualifiées sont venues à Marseille spécialement pour les demi-finales du TOP 14.
- D'après les informations recueillies*, nous avons estimé qu'elles ont dépensé** sur place en moyenne **50 000 € chacune**.
- **200 000 €** ont été dépensés sur le territoire de la ville de Marseille (Injection brute).
- Les équipes ayant financé ces dépenses avec leurs propres ressources, **l'impact primaire s'établit à 200 000 €.**

**Nous avons recueilli les données pour les équipes de l'ASM et du Racing*

*** Les dépenses retenues correspondent à de l'hébergement et de la restauration ainsi qu'une part accessoire de transport sur place*

3

C

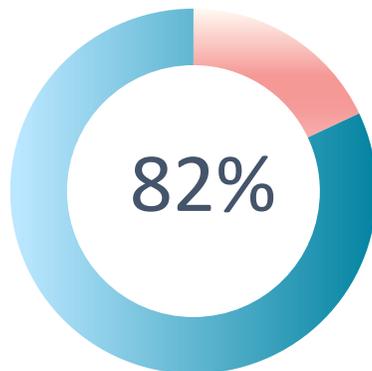
IMPACT ÉCONOMIQUE PRIMAIRE VISITEURS

Impact VISITEURS « Spectateurs »

Un public masculin relativement âgé

Le spectateur des demi-finales du TOP 14 est très majoritairement un **homme** (82%). Il est **relativement âgé** : 80% de 35 ans et plus chez les hommes, 62% chez les femmes.

Les hommes sur-
représentés



Répartition des spectateurs selon l'âge et le sexe

	15-24 ans	25-34 ans	35-54 ans	55 ans et +
	5%	15%	54%	26%
	15%	24%	44%	18%

3

C

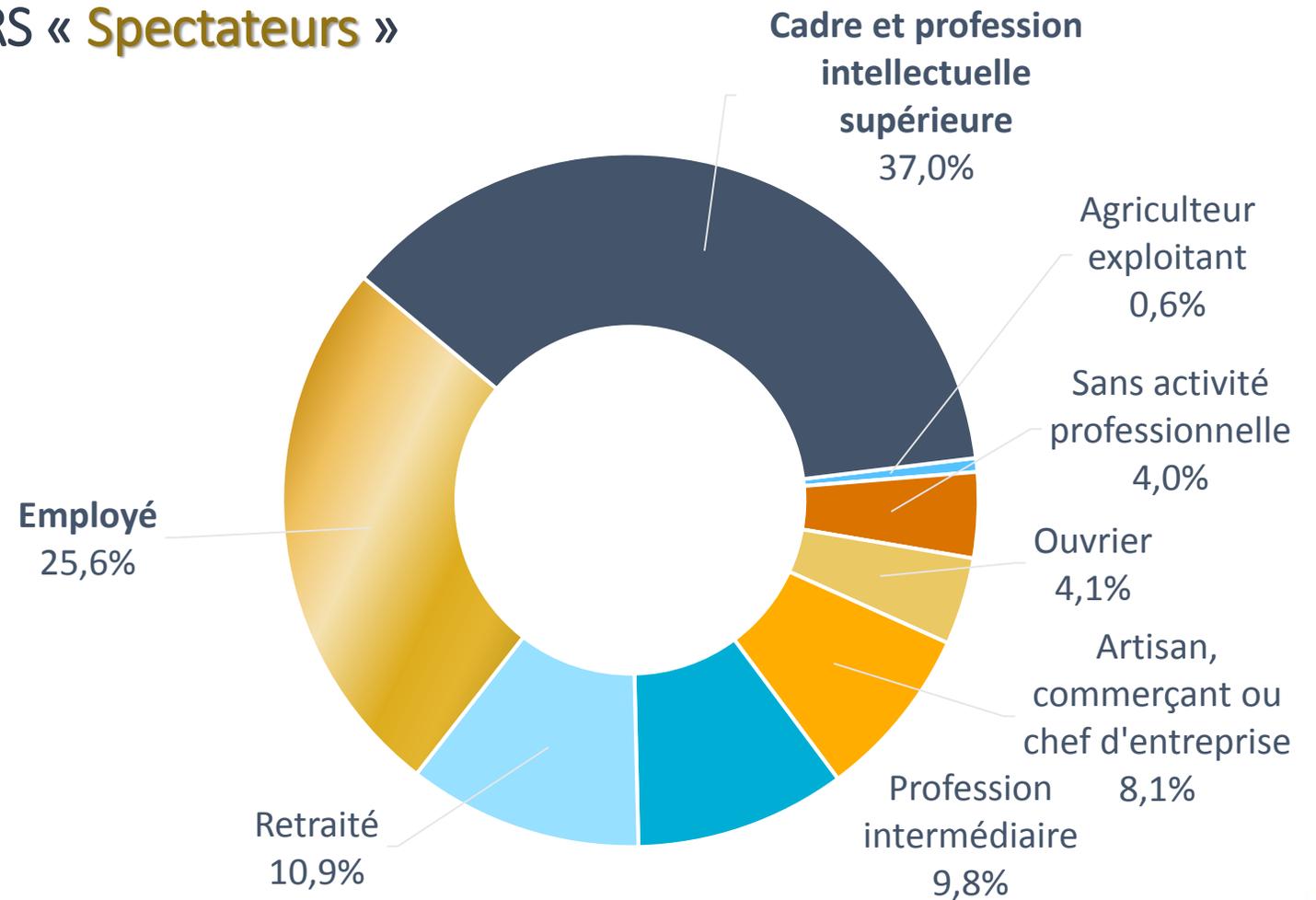
IMPACT ÉCONOMIQUE PRIMAIRE VISITEURS

Impact VISITEURS « Spectateurs »

Un public CSP+

Les demi-finales du TOP 14 ont attiré un public plutôt CSP+.

Les cadres et professions intellectuelles supérieures (37%), les professions intermédiaires (9,8%) et les artisans, commerçants ou chefs d'entreprises (8,1%) représentaient ainsi plus de la moitié des spectateurs présents à l'occasion des deux rencontres.



3

C

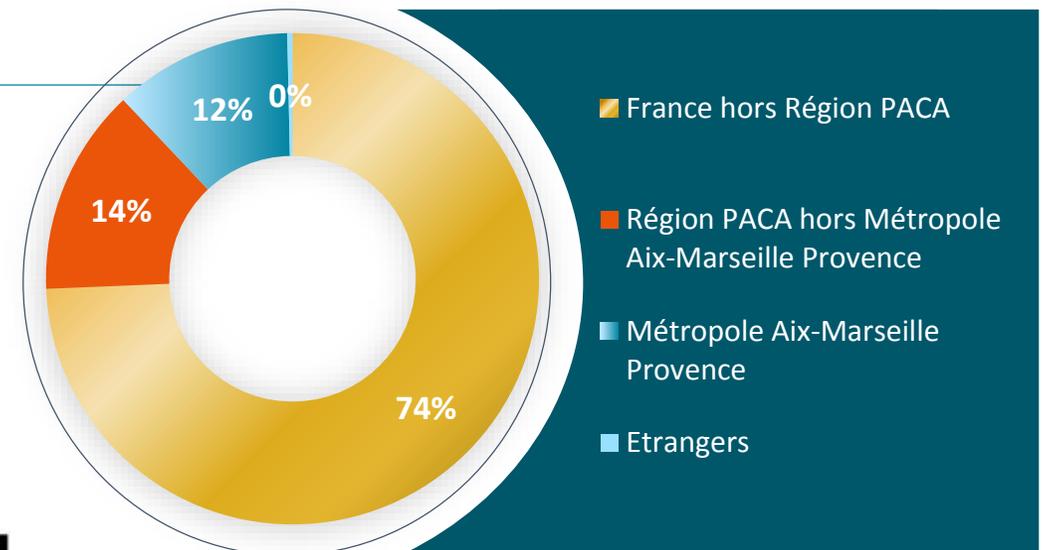
IMPACT ÉCONOMIQUE PRIMAIRE VISITEURS

Impact VISITEURS « Spectateurs »

Un public venant de loin

- 88% des spectateurs ne résident pas sur le territoire d'étude (Métropole Aix-Marseille Provence), ce qui démontre toute l'attractivité de l'événement. 74% d'entre eux résident même hors de la Région PACA.
- En revanche, le public est quasi-exclusivement français, le nombre d'étrangers ayant assisté aux rencontres n'étant pas significatif (< 1%).

Le public métropolitain ne représente que 12% du total des spectateurs des demi-finales du TOP 14



3

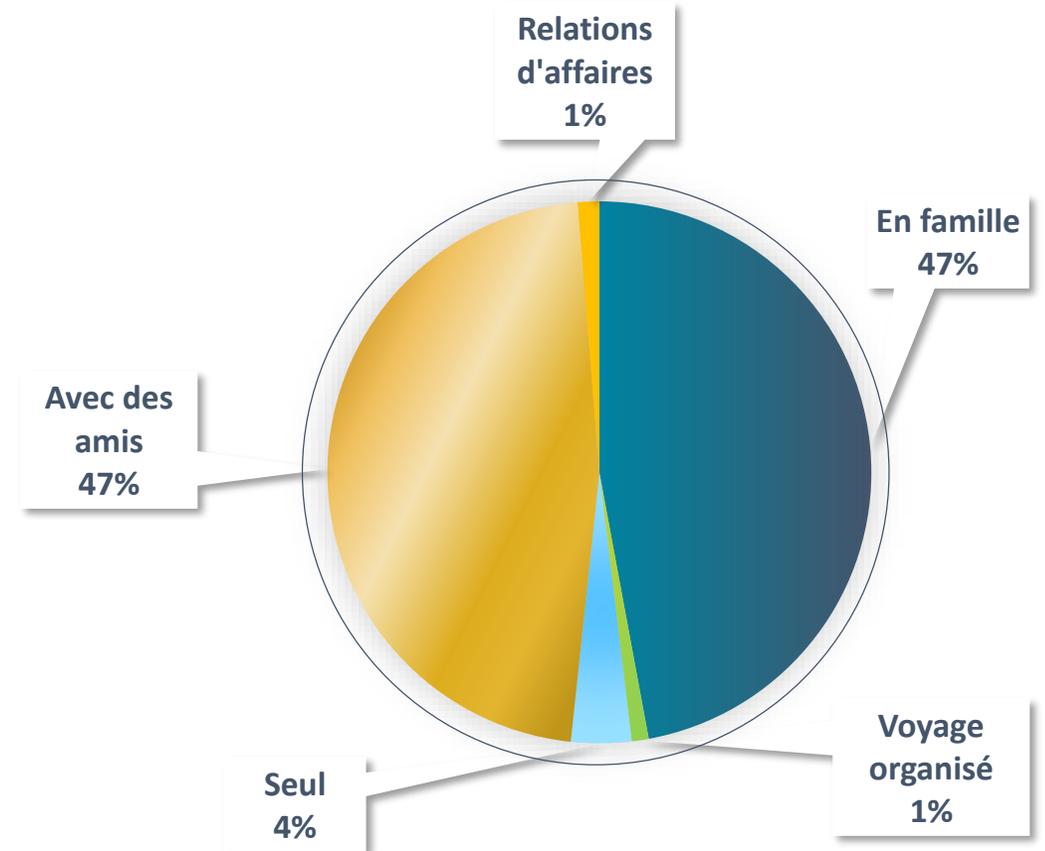
C

IMPACT ÉCONOMIQUE PRIMAIRE VISITEURS

Impact VISITEURS « Spectateurs »

Un public familial et amical

- Les spectateurs des demi-finales du TOP 14 sont pour l'essentiel venus **en famille** (47%) et/ou **avec des amis** (47%).
- Alors que le rugby est un sport dont l'économie repose largement sur le sponsoring, peu de spectateurs ont indiqué avoir partagé cet événement avec des relations d'affaires. Il s'agit très certainement d'un biais résultant du fait que n'avons pas pu interroger le public « hospitalités » dans le cadre de notre sondage.

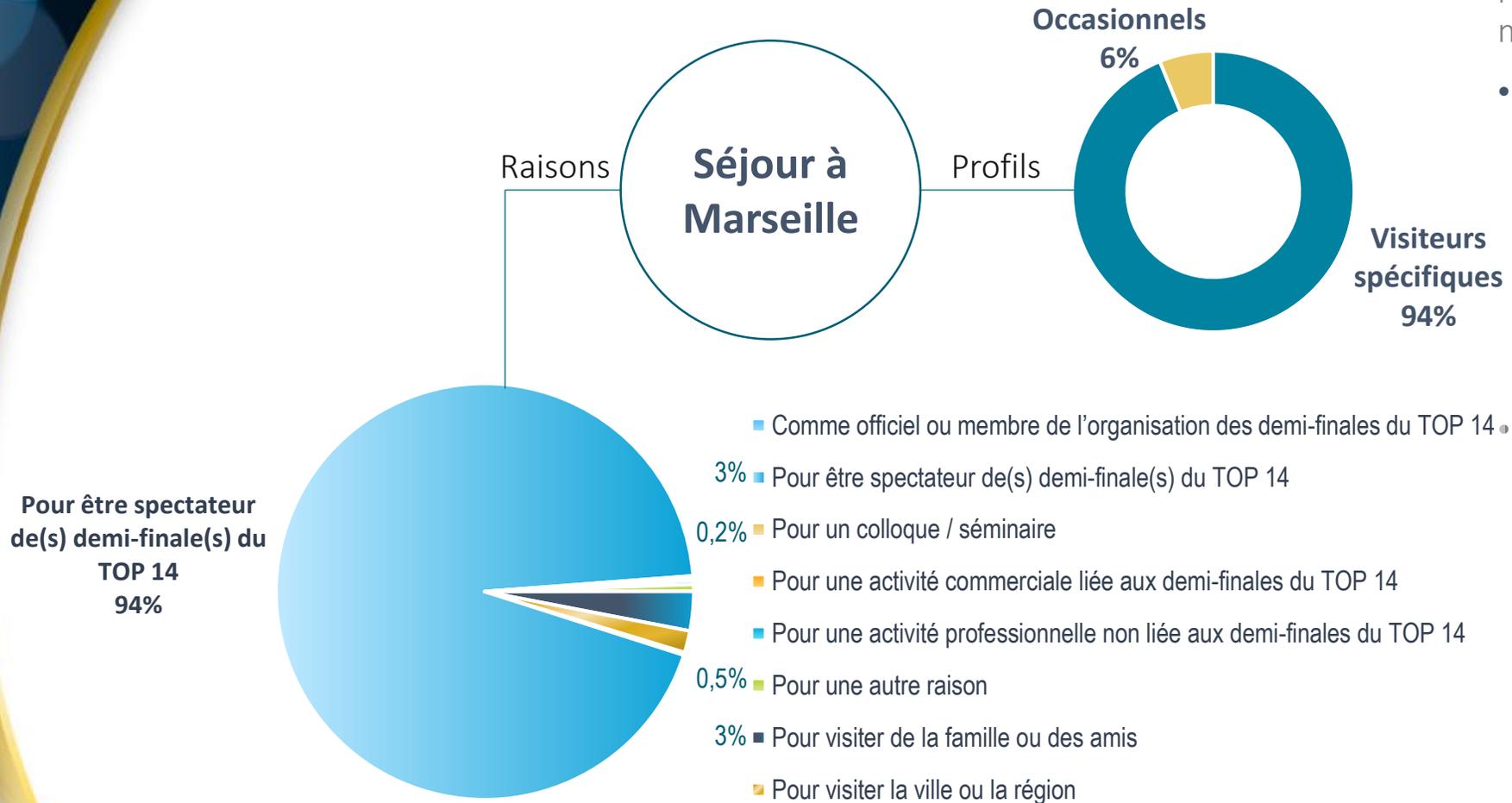


3

C

IMPACT ÉCONOMIQUE PRIMAIRE VISITEURS

Impact VISITEURS « Spectateurs »



Parmi les visiteurs provenant de l'extérieur du territoire métropolitain,

- **94,3%** ont indiqué être venus à Marseille afin d'assister aux demi-finales du TOP 14. Ils constituent donc les **visiteurs spécifiques** qu'il conviendra de prendre en compte dans le calcul d'impact économique.

Les autres, bien qu'ayant assisté à l'événement, sont venus pour un autre motif (rendre visite à de la famille, visiter Marseille, autre) et constituent donc des **visiteurs occasionnels à exclure du calcul d'impact économique.**

3

C

IMPACT ÉCONOMIQUE PRIMAIRE VISITEURS

Impact VISITEURS « Spectateurs »

Séjour à
Marseille

La durée moyenne de séjour des spectateurs venus de l'extérieur du territoire d'Aix-Marseille Métropole spécialement pour assister à l'une et/ou l'autre des demi-finales du TOP 14.

2,7
jours

95%

Des spectateurs ont déclaré avoir prolongé leur séjour afin de visiter Marseille et ses environs.

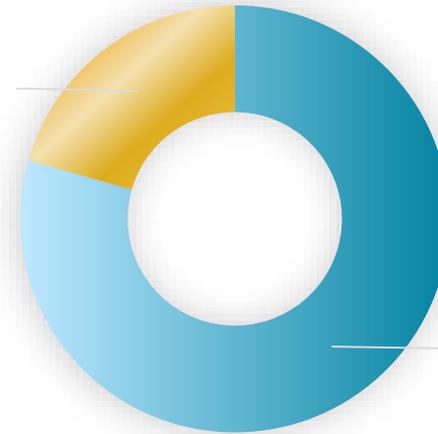
3

C

IMPACT ÉCONOMIQUE PRIMAIRE VISITEURS

Impact VISITEURS « Spectateurs »

Excursionnistes
21%



Touristes
79%

Séjour à Marseille

- La majorité des spectateurs extérieurs à Aix-Marseille Métropole étant venus spécialement assister aux demi-finales du TOP 14 sont restés plusieurs jours sur place.
- Les **touristes** (restés au moins une nuit sur place) représentent ainsi 79% du total contre 21% d'**excursionnistes** (venus sur une journée).

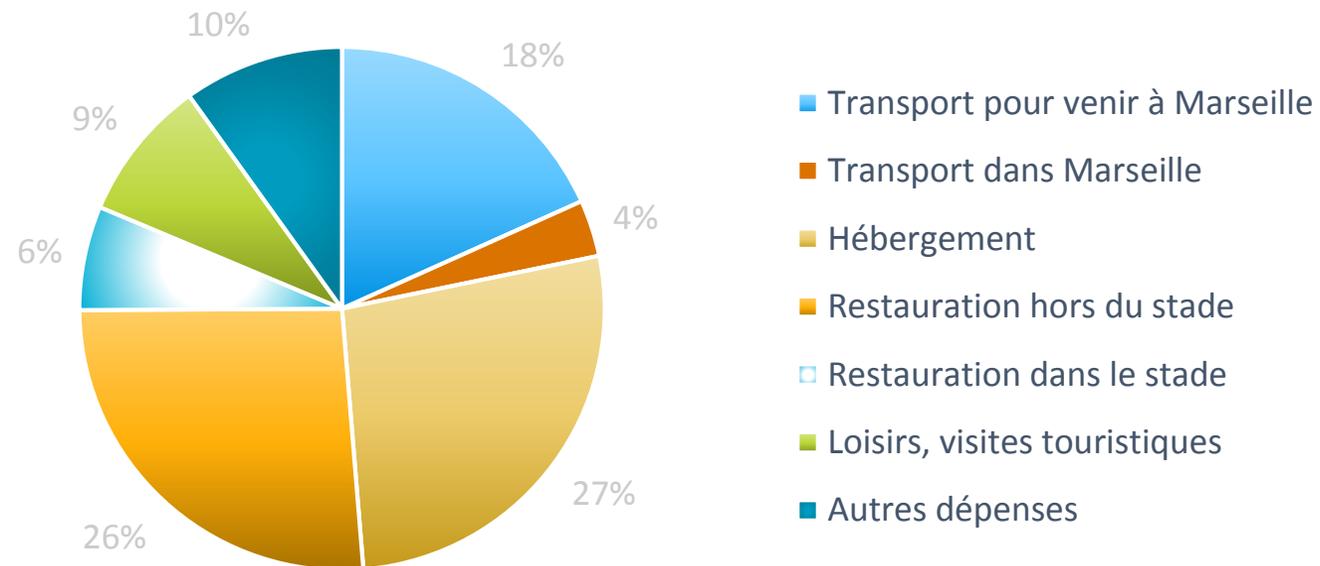
3

C

IMPACT ÉCONOMIQUE PRIMAIRE VISITEURS

Impact VISITEURS « Spectateurs »

Répartition
des dépenses
par grandes
catégories



72 €

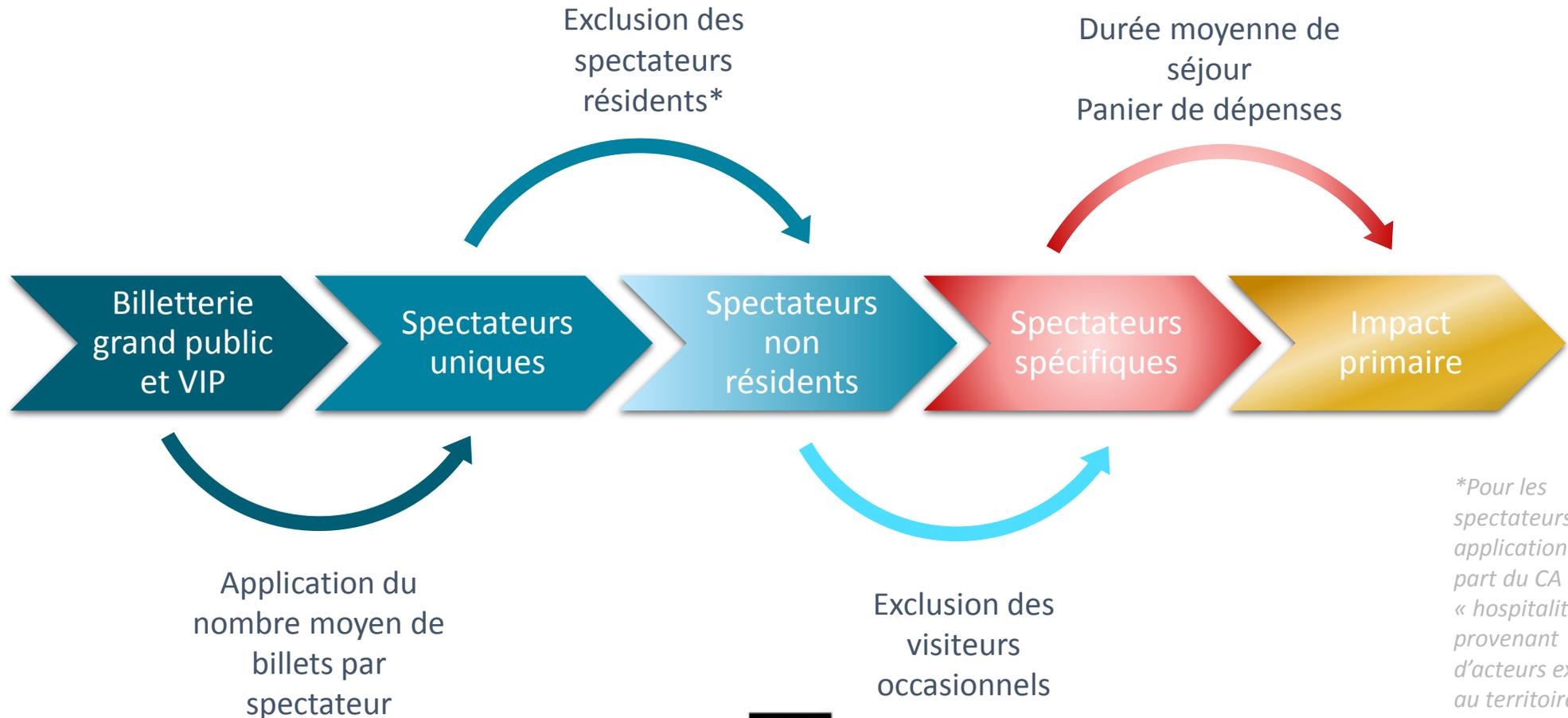
Les spectateurs extérieurs à Aix-Marseille Métropole étant venus spécialement sur place assister aux demi-finales du TOP 14 ont déclaré avoir dépensé en moyenne 238,67 € pour leur séjour (hors achat de billet) soit un panier moyen par jour et par personne de 88,30 € dont la répartition est présentée ci-dessus. En retirant le coût du transport entre le domicile et Marseille, la dépense moyenne journalière par personne s'élève à 72,17 €.

3

C

IMPACT ÉCONOMIQUE PRIMAIRE VISITEURS

Calcul d'Impact VISITEURS « Spectateurs »



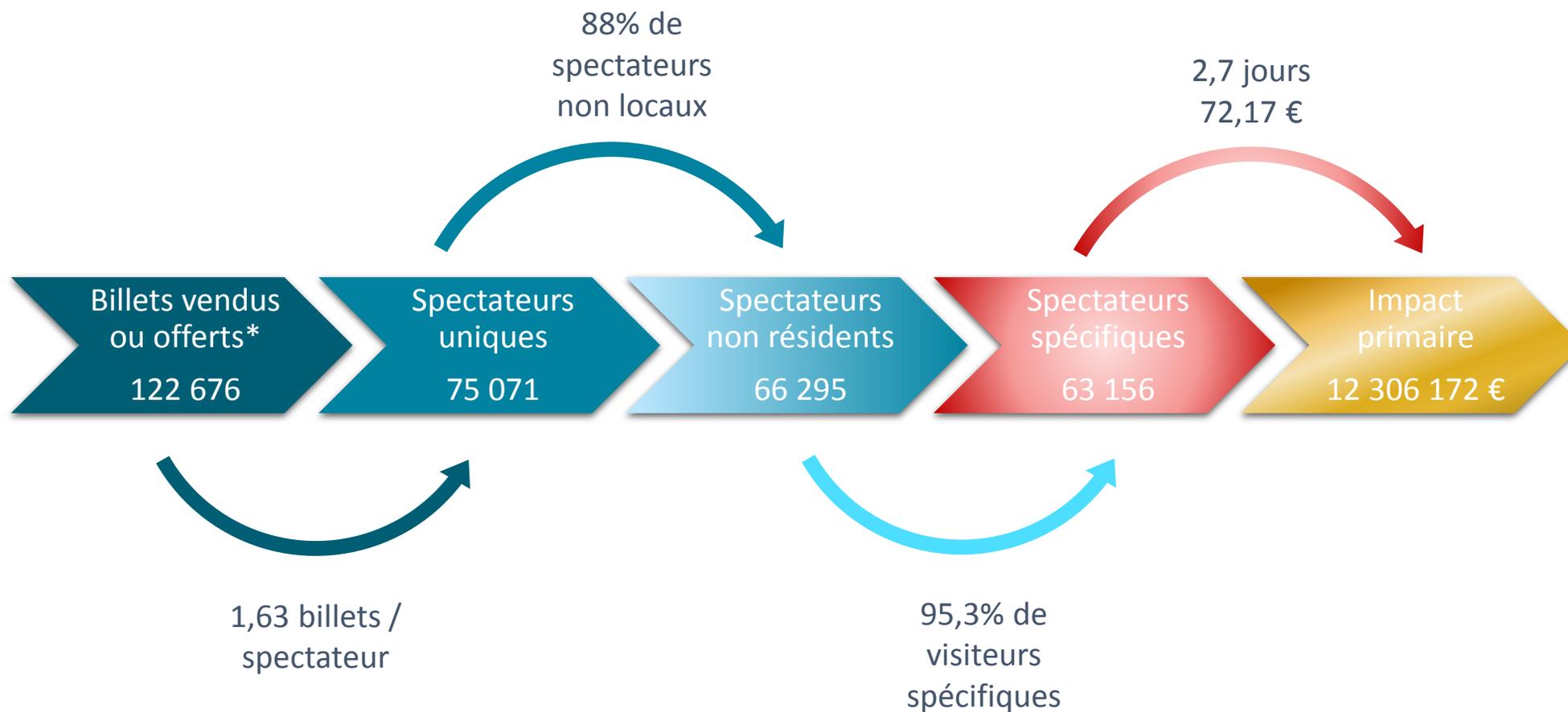
**Pour les spectateurs VIP : application de la part du CA « hospitalités » provenant d'acteurs externes au territoire.*

3

C

IMPACT ÉCONOMIQUE PRIMAIRE VISITEURS

Calcul d'Impact VISITEURS « Spectateurs GRAND PUBLIC »

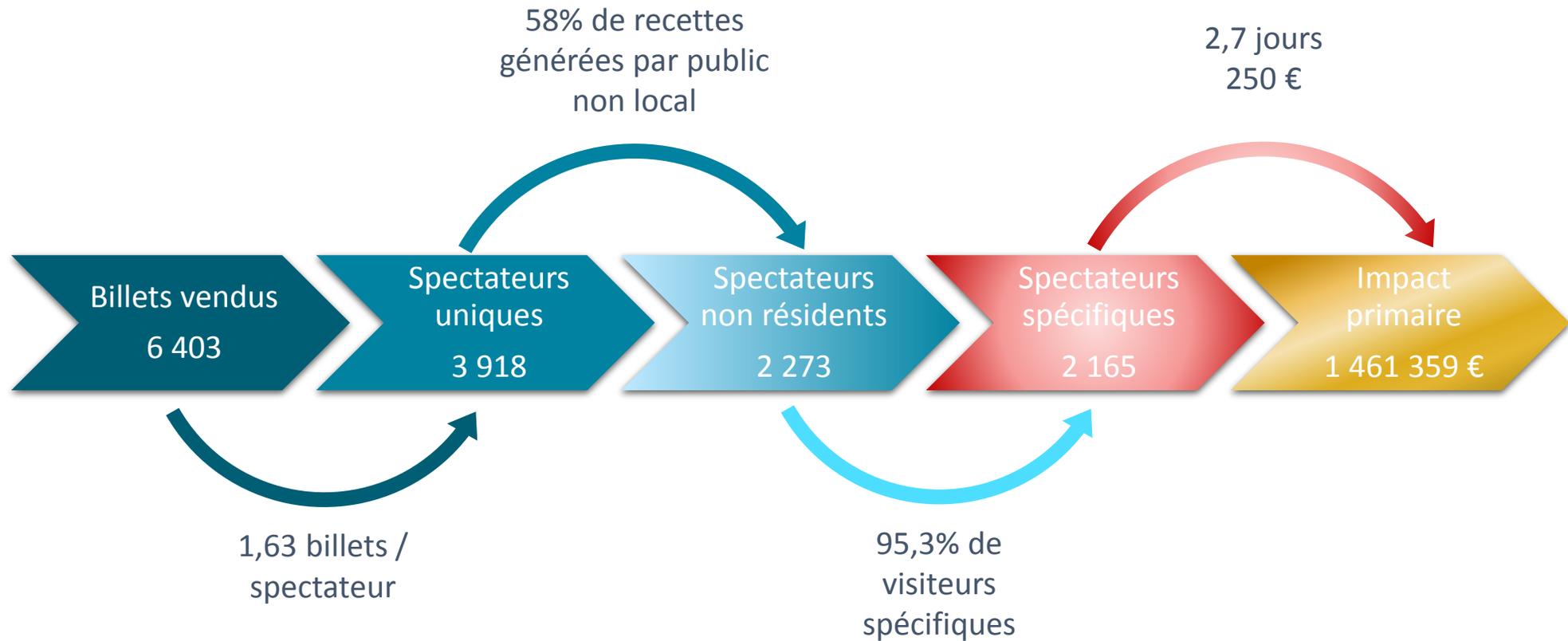


3

C

IMPACT ÉCONOMIQUE PRIMAIRE VISITEURS

Calcul d'Impact VISITEURS « Spectateurs VIP »

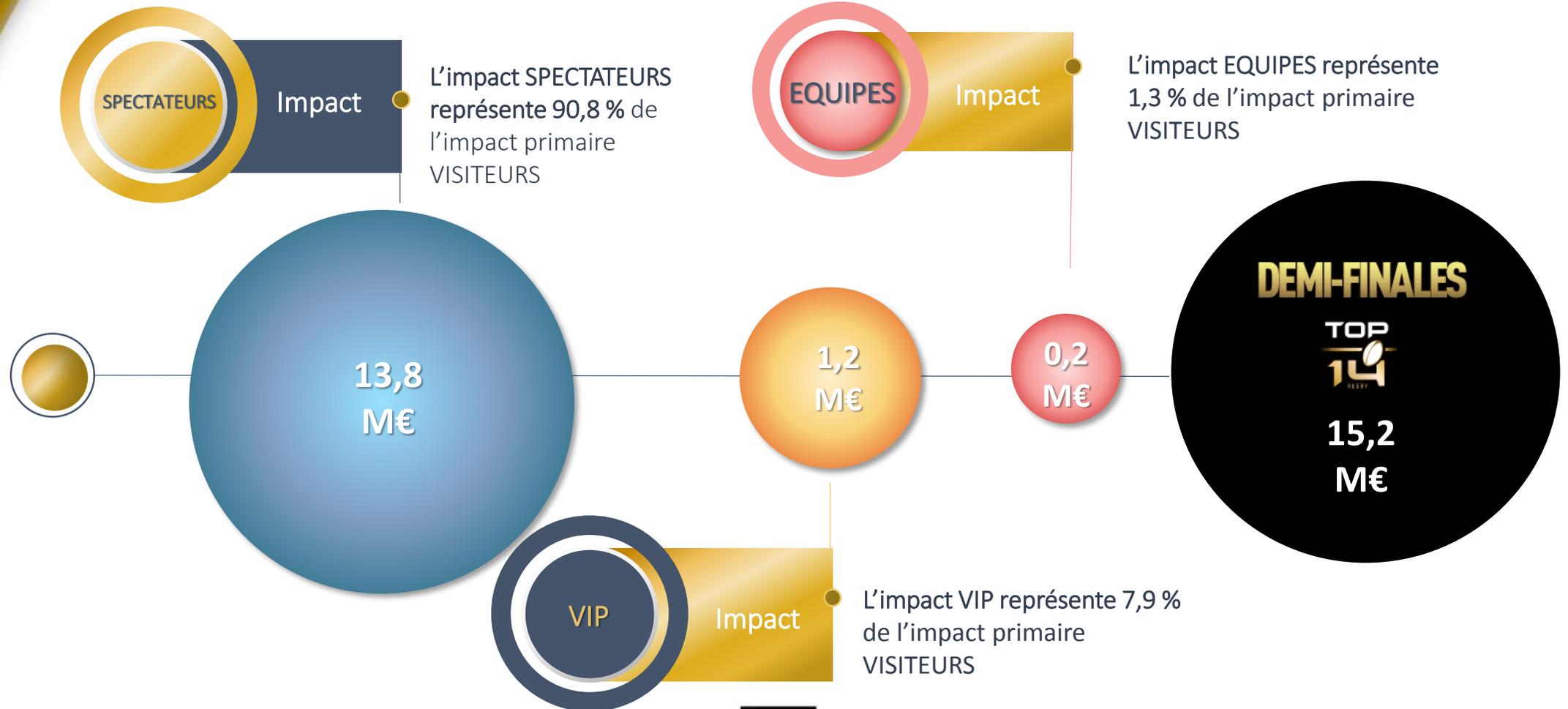


3

C

IMPACT ÉCONOMIQUE PRIMAIRE VISITEURS

SYNTHESE IMPACT VISITEURS

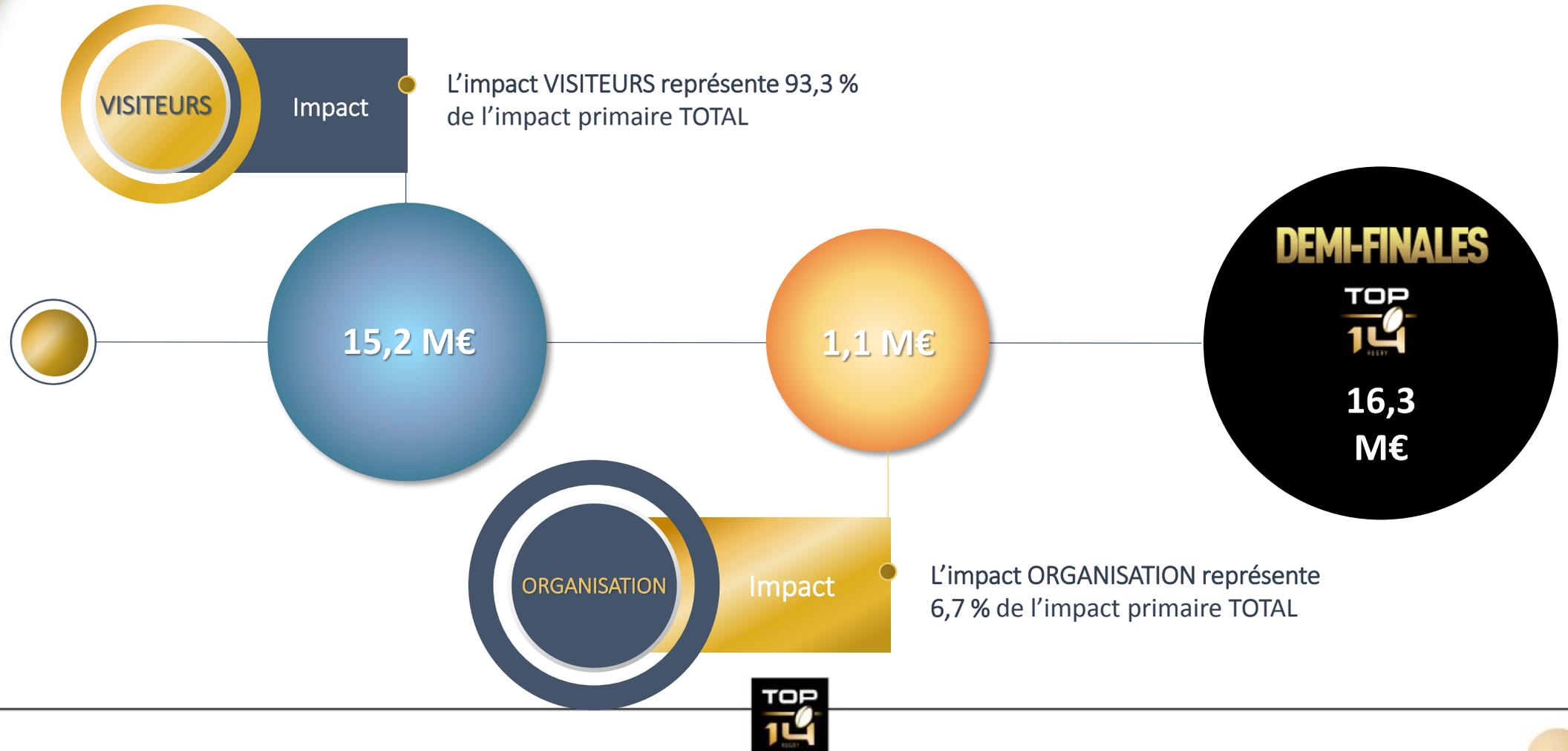


3

D

SYNTHÈSE IMPACT ÉCONOMIQUE PRIMAIRE

- Un impact PRIMAIRE de 16,3 M€



3

E

IMPACT ÉCONOMIQUE TOTAL

● Un impact TOTAL de 21,2 M€

PRIMAIRE

Impact

● L'impact PRIMAIRE représente 76,9 % de l'impact économique TOTAL

16,3
M€

1,3

DEMI-FINALES

TOP
14
RUGBY

21,2
M€

Multiplicateur

- L'impact économique total se calcule par l'application d'un multiplicateur de dépenses à l'impact économique primaire.
- La valeur du multiplicateur retenue est de 1,3.

Les demi-finales TOP 14 ont permis de générer un impact économique total de 21,2 millions d'euros sur le territoire de la Métropole Aix-Marseille Provence.

Cet événement a contribué de façon tangible à un surcroît d'activité économique à la fois par les dépenses d'organisation et par les dépenses des visiteurs.



4

IMPACT SOCIAL DE MOYEN TERME (HÉRITAGE)

- Fan experience
- Village rugby Vieux Port
- Attractivité de Marseille
- Synergies
- Bien-être



INTRODUCTION

● Enquête spectateurs

Notre enquête spectateurs a permis de révéler un impact social des demi-finales TOP 14 à Marseille globalement positif. Au-delà de la satisfaction générale ressentie par les spectateurs, ces derniers ont également déclaré leur satisfaction par rapport à l'organisation de l'événement ainsi que par rapport à l'ambiance festive et conviviale régnant tant dans le stade que dans la Ville. L'image de marque de Marseille en ressort donc renforcée auprès des spectateurs extérieurs.

● Entretiens qualitatifs

Pour compléter cette enquête spectateurs, nous avons effectué des entretiens approfondis auprès de parties prenantes majeures dans l'organisation de la manifestation. Trois éléments reviennent en permanence pour caractériser l'héritage social des demi-finales :

- L'impact sur l'**image de marque** et l'attractivité de Marseille.
- L'impact sur la **mise en relation** entre acteurs et sur des **effets de synergie**.
- L'impact sur le **bien-vivre ensemble** dans la ville.

4

A

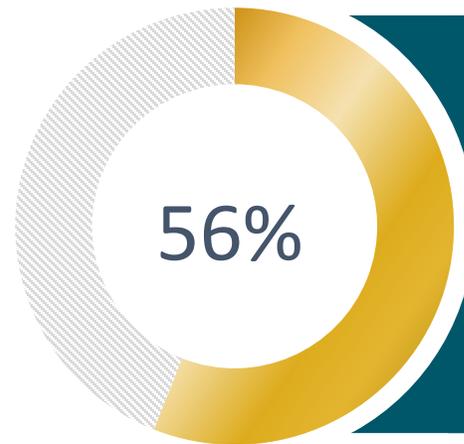
FAN EXPERIENCE

- Un événement **plébiscité par le public**

**Un
moment
d'exception**

D'un point de vue général, la quasi-totalité des spectateurs ayant assisté aux demi-finales du TOP 14 organisées à Marseille se déclare satisfaite de l'expérience vécue à cette occasion

99%



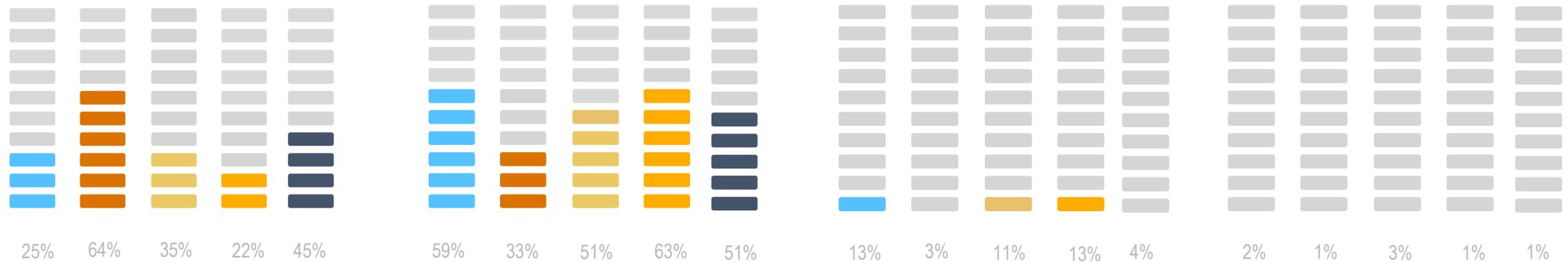
Plus d'un spectateur sur deux qualifie l'expérience des demi-finales du TOP 14 comme étant exceptionnelle

4

A

FAN EXPERIENCE

Des services et des animations répondant aux attentes du public



Totalment satisfaisant

Plutôt satisfaisant

Plutôt insatisfaisant

Pas du tout satisfaisant



4

A

FAN EXPERIENCE

Des services à la hauteur de l'événement

- **Dans le stade** : les demi-finales du TOP 14 ont bénéficié de la qualité de l'Orange Vélodrome largement rénové pour l'Euro 2016 de football. Si l'expérience n'est pas encore plébiscitée, elle semble néanmoins avoir répondu aux attentes des spectateurs puisque 84% d'entre eux se déclarent satisfaits (59%) ou très satisfaits (25%) des services offerts dans le stade.
- **En matière d'accessibilité** : l'accessibilité des enceintes sportives est souvent pointée du doigt à l'occasion des grands événements sportifs. Les dispositifs mis en place à l'occasion des demi-finales du TOP 14 semblent avoir été suffisants pour répondre à ce défi : 86% des spectateurs se sont ainsi déclarés satisfaits (51%) ou très satisfaits (35%) de l'accessibilité à l'Orange Vélodrome.

Des animations appréciées

- **Dans le stade** : l'accueil au sein de l'Orange Vélodrome et les animations proposées par la LNR à dans le stade en marge des rencontres ont été plébiscitées par le public. 97% des spectateurs ont apprécié ces aspects, 64% les jugeant même tout à fait satisfaisants.
- **Dans la ville** : au-delà de l'Orange Vélodrome, 96% des spectateurs ont largement apprécié l'atmosphère générale régnant dans la Ville de Marseille durant les demi-finales. Les animations mises en place sur le territoire marseillais semble avoir séduit et répondu aux attentes du public : 85% des spectateurs se déclarent ainsi satisfaits (63%) ou très satisfaits (22%) par ce qui leur a été proposé.

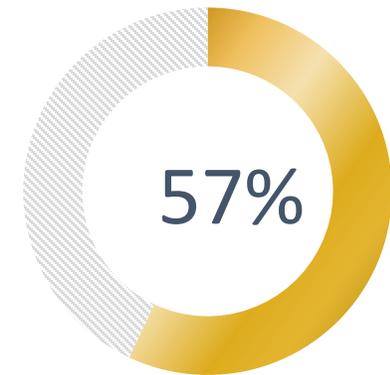
4

B

VILLAGE RUGBY DU VIEUX PORT

● Une fréquentation importante et des animations appréciées

57% des spectateurs des demi-finales du TOP 14 ont indiqué s'être rendus sur le village rugby installé par la LNR sur le Vieux Port afin de participer aux animations proposées (pratique du rugby, rencontre avec des joueurs...)



87%

87% des visiteurs qui se sont rendus au village rugby se sont déclarés satisfaits (62%) ou très satisfaits (25%) des animations qui y étaient proposées. Les spectateurs locaux ont notamment fait part de leur intérêt pour ce type d'animation qui a contribué à animer la Ville et a permis de faire sortir l'événement du simple cadre de l'Orange Vélodrome.

ATTRACTIVITÉ DE MARSEILLE

—● Une stratégie clairement assumée par les acteurs locaux

Le développement de l'attractivité de Marseille est une priorité des acteurs économiques et politiques locaux. Cette ambition s'inscrit dans une stratégie locale impulsée depuis une vingtaine d'années, et plus particulièrement l'accueil de plusieurs rencontres de la Coupe du Monde de football 1998. Depuis cette époque, Marseille s'est dotée de capacités d'accueil et a mis en place un certain nombre d'actions lui permettant de développer son attractivité. Elle est devenue progressivement un pôle événementiel concentré au centre-ville avec hôtellerie, centres de congrès, palais des expositions, musées, accueil portuaire de croisières et palais des sports. De la même façon, Marseille est devenue une référence en matière de théâtre et de culture et va acquérir une notoriété en matière nautique avec les JOP 2024.

—● Le sport, comme vecteur d'attractivité

C'est ainsi que depuis quelques années, Marseille est partie à la conquête de l'accueil de grands événements sportifs et qu'elle a souhaité être désignée Capitale Européenne du Sport en 2017. L'accueil des demi-finales du TOP 14 s'inscrit dans cette stratégie et notre étude a démontré la rentabilité économique d'une telle opération.

4

C

ATTRACTIVITÉ DE MARSEILLE

Un événement générateur d'attractivité

Au-delà de la rentabilité économique, les acteurs locaux ont unanimement souligné le fait que l'accueil des demi-finales du TOP 14 a produit des effets incontestables sur l'image de marque du territoire. Trois éléments peuvent notamment être mis en évidence :

- **Les retours positifs de certains « prospects »** : des organisateurs d'événements invités à l'occasion des demi-finales du TOP 14 dans un Orange Vélodrome rénové et festif se sont déclarés prêts à envisager d'organiser d'autres événements sportifs à Marseille.
- **La vente d'hospitalités** à l'occasion des demi-finales du TOP 14 a démontré la capacité du rugby à contribuer à enrichir des réseaux d'acteurs et à améliorer l'image de marque de la Ville auprès d'agents économiques intéressants.
- **La satisfaction du public extérieur**. Les demi-finales ont aussi renforcé l'image de Marseille auprès des spectateurs en provenance de l'extérieur du fait de l'absence d'incidents dans le stade ou en dehors dans la Ville et de l'esprit festif ayant régné lors de ce week-end rugby.

4

C

ATTRACTIVITÉ DE MARSEILLE

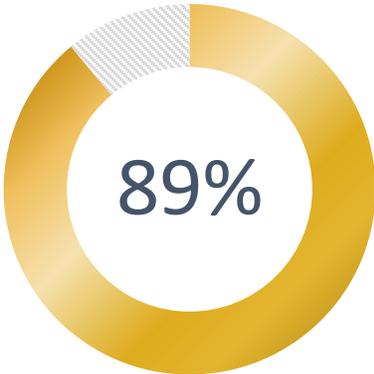
Un événement générateur d'attractivité



59 %

59% des spectateurs ont indiqué avoir profité de leur venue à l'occasion des demi-finales du TOP 14 pour **PROLONGER LEUR SÉJOUR SUR PLACE AFIN DE VISITER LA VILLE ET LES ENVIRONS**. Le signe que l'accueil de cet événement aura été porteur sur le plan touristique au delà du week-end concerné.

Parmi les spectateurs extérieurs à la Métropole Aix-Marseille Provence, 9 sur 10 en moyenne déclarent que leur séjour à l'occasion des demi-finales leur a donné envie de revenir visiter la ville dans le cadre d'un séjour touristique ultérieur.



89%

SYNERGIES

Un événement propice à la mise en relation (BtoB)

Les demi-finales du TOP 14 à Marseille ont été au cœur de la mise en relation d'acteurs qui, autrement, n'auraient pas collaboré ensemble. En ce sens, cet événement sportif a généré des effets de synergie qui éventuellement pourront se pérenniser et renforcer le potentiel d'accueil du territoire.

- Suite à la défaite dans la course à l'organisation des demi-finales 2016 (candidature en 2015), des liens se sont tissés entre la LNR, la Municipalité, AREMA, l'office de tourisme, les musées... Un **groupe de travail** (« Agenda Grands Evénements ») s'est ainsi constitué pour réaliser la conception des réponses à candidature à l'accueil de grands événements à Marseille. **L'obtention des demi-finales 2017 a été l'occasion de tester l'efficacité de cette stratégie.** Elles sont ainsi à l'origine d'un outil pérenne pour l'accueil de futurs événements, ce qui constitue un héritage tout à fait conséquent.
- Les demi-finales ont aussi permis de **réaliser des synergies au niveau de l'offre de produits innovants.** Un city pass a ainsi été mis en place permettant de proposer des produits culturels pour les accompagnants des détenteurs de billets de rugby.
- Enfin les demi-finales du TOP 14 ont été à l'origine de **synergies BtoB favorisant la mise en relation d'acteurs économiques locaux avec d'autres venus de territoires plus lointains.** Les entreprises du territoire n'étant pas nécessairement clientes d'AREMA ou du club résident de l'Orange Vélodrome, se sont mobilisées au travers de l'achat d'hospitalités ou d'opérations de sponsoring. Les commerçants marseillais ont également pleinement adhéré à l'événement et ont été incités à devenir de bons vecteurs pour les grands événements sportifs et culturels grâce à l'amélioration de l'accueil des spectateurs (via le dispositif « Esprit client » implémenté par la CCIMP). Ils ont parfaitement adhéré à l'occasion des demi-finales du TOP 14, bien aidés en cela par la LNR qui a financé des supports de communication et d'animation (badges, drapeaux, ballons, affiches). L'accueil très favorable de la part des commerçants les plus concernés (cafés, hôtels, restaurants) témoigne de leur volonté de participer à la réussite de l'accueil de grands événements sportifs.

BIEN-ÊTRE

Un événement au service du « bien-vivre ensemble »

A l'unanimité, nos interlocuteurs ont souligné l'ambiance festive dans laquelle s'étaient déroulées les demi-finales du TOP 14 à Marseille. Aucun incident n'est à signaler à l'intérieur du stade ou à l'extérieur, ce qui a considérablement rejailli sur l'image de marque de Marseille comme une ville accueillante où il fait bon vivre. De plus, ces demi-finales ont permis de réaliser des opérations au service du mieux-vivre ensemble dans la ville :

- Des billets ont été distribués aux enfants licenciés dans des clubs de la ville. Beaucoup d'entre eux n'étaient jamais venus à l'Orange Vélodrome faute de moyens. De telles actions sont très efficaces pour déclencher éventuellement des vocations sportives et pour participer à une diminution de divers risques sociaux grâce au sport.
- Les demi-finales ont constitué une opportunité pour animer de nombreux quartiers de la cité phocéenne. Plusieurs d'entre eux ont ainsi vécu au rythme de l'événement grâce à cet afflux de clientèle. Le caractère festif des supporters de rugby a contribué également à conforter l'image de quartiers où il fait bon vivre ensemble.
- De la même façon, le pavoisement du parcours du TOP 14 (Vieux Port, Canebière, Prado, Vélodrome), a renvoyé l'image positive d'une ville accueillante. Dans cette optique, on retrouve trois pôles urbains qui structurent une tradition d'accueil à Marseille : le pôle « Vieux Port-Notre-Dame de la Garde », le pôle « MUSEM-Le Panier », et le pôle « balnéaire » (plages, parc national des calanques). La proximité de ces sites les rend accessibles en marche à pied, ce qui là-encore renforce le bien-vivre ensemble et la relation avec autrui.



IMPACT ÉCONOMIQUE DES DEMI-FINALES DU TOP 14 RUGBY À MARSEILLE



CONTACT CDES

Christophe LEPETIT

Responsable des études économiques

06.70.12.05.54

lepetit@cdes.fr

une étude commandée par

