

IMPACT ÉCONOMIQUE DES DEMI-FINALES DU TOP 14

GROUPAMA STADIUM
LYON

SAISON 2024/2025

OCTOBRE 2025



CONTEXTE ET OBJECTIFS

La Ligue Nationale de Rugby (LNR) a mandaté le **Centre de Droit et d'Economie du Sport (CDES)** afin de l'accompagner dans l'évaluation de l'**impact économique des demi-finales du TOP 14** qui se sont déroulées au **Groupama Stadium de Lyon** le vendredi 20 et le samedi 21 juin 2025.

Organisatrice des phases finales du TOP 14 (demi-finales et finale), la LNR souhaite disposer d'une **évaluation rigoureuse et robuste** de l'impact économique de cet événement afin de **démontrer aux parties prenantes** impliquées localement (en particulier les collectivités territoriales et l'exploitant de l'enceinte sportive) **qu'il contribue à générer un surcroît d'activité pour le territoire hôte.**

Pour cela, le CDES a mis en œuvre une méthodologie d'évaluation de l'impact économique largement éprouvée au cours de nombreuses missions pour différents organisateurs et/ou financeurs d'événements sportifs de toute taille. Cette méthodologie est développée **en conformité avec les recommandations de la Direction Générale des Entreprises** (dont les principes sont exposés dans un guide méthodologique [accessible ici](#)).

Cette approche fait office de référence pour les études d'impact économique réalisées en France, en particulier celles supervisées par l'Observatoire National du Sport du ministère des Sports, de la Jeunesse et de la Vie associative.

L'étude d'impact économique des demi-finales du TOP 14 réalisée pour la LNR est également **conforme aux recommandations internationales dont celles de l'OCDE** qui a également produit deux guides normatifs permettant d'encadrer la réalisation de tels travaux ([accessibles ici](#)).

Objectifs de l'étude

- 1) **Évaluer l'impact économique des demi-finales du TOP 14** au niveau de la **Métropole de Lyon**, c'est-à-dire la contribution de la LNR à la création de valeur sur le territoire lyonnais.
- 2) **Qualifier le public** des demi-finales et **évaluer la qualité de l'expérience** vécue à l'occasion de l'événement à travers différents indicateurs qualitatifs.

SOMMAIRE

01

Chiffres-clés

p. 04

02

Calcul d'impact économique

p. 07

03

Analyse qualitative

p. 17

04

Méthodologie

p. 36

05

Le CDES : qui sommes-nous ?

p. 46





CHIFFRES-CLÉS

CHIFFRES-CLÉS

20,9 M€

L'impact économique des demi-finales du TOP 14 sur le territoire de la Métropole de Lyon

15,1 M€

d'impact économique primaire (effets directs)

5,8 M€

d'impact économique secondaire (effets indirects et induits)

80%

Part des spectateurs des demi-finales ne résidant pas Lyon Métropole, témoignant du pouvoir d'attraction des demi-finales du TOP 14

331,70 €

Panier moyen de dépenses réalisées par les spectateurs venus d'une autre région à l'occasion des demi-finales du TOP 14 (hors achat du billet)

CHIFFRES-CLÉS

70%

des spectateurs des demi-finales du TOP 14 sont des **fans de rugby qui suivent déjà le TOP 14 ou la PRO D2**

19%

des spectateurs des demi-finales ont indiqué **n'être jamais venus à Lyon avant l'évènement.**

68%

Parmi ceux-ci, **plus des deux tiers ont indiqué avoir profité de leur venue pour découvrir la Ville** et certains sites emblématiques parmi lesquels le Vieux Lyon, la Basilique Notre-Dame-de-Fourvière, les Halles, le Parc de la Tête d'Or ou le quartier de la Croix Rousse

50%

La moitié des spectateurs interrogés ont déclaré avoir passé 2 nuits à Lyon pour profiter pleinement de l'expérience des demi-finales en assistant aux rencontres et en visitant la Ville de Lyon

83%

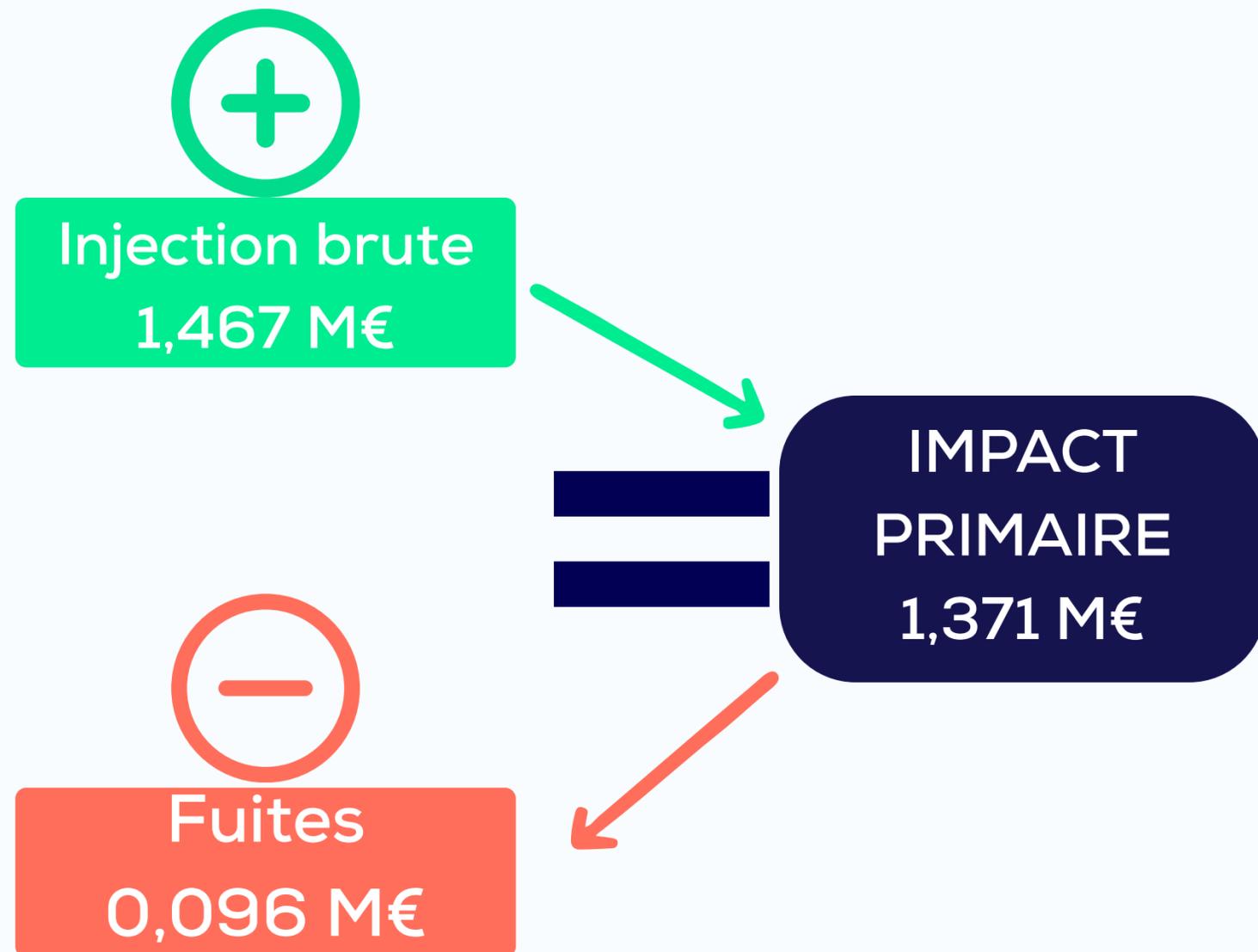
L'expérience vécue par les spectateurs des demi-finales du TOP 14 a été particulièrement appréciée par les fans qui s'estiment satisfaits ou très satisfaits à plus de 80%.

L'ambiance au sein du Groupama Stadium a notamment été soulignée comme très festive (89% de taux de satisfaction).

An aerial view of a large stadium filled with spectators during a rugby match. The stadium is packed with fans, many of whom are waving blue flags. The field is green with white markings, and the goalposts are visible. The stadium's roof structure is prominent, with a complex network of steel beams and lights. The overall atmosphere is one of a major sporting event.

IMPACT ÉCONOMIQUE DES DEMI-FINALES DU TOP 14

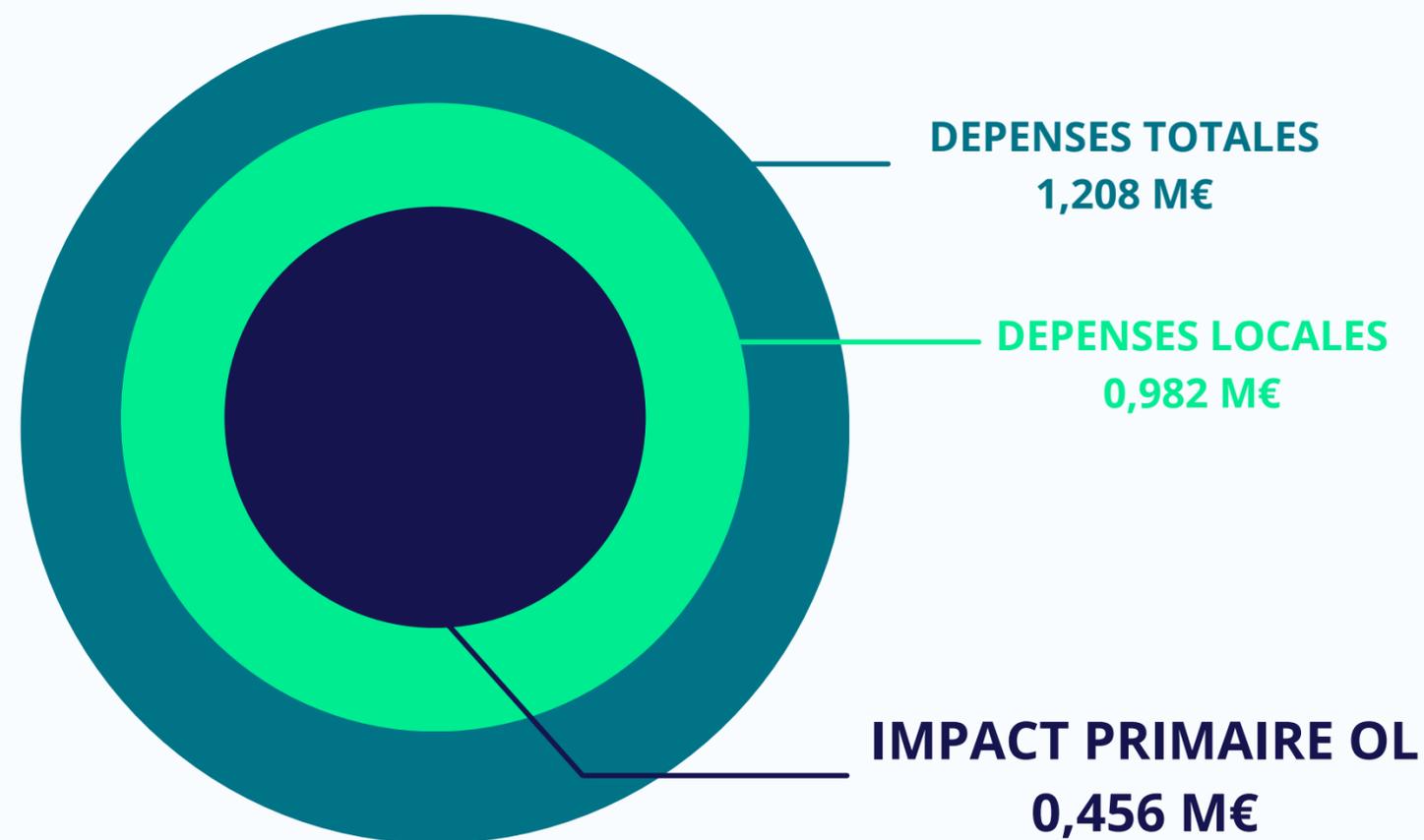
IMPACT PRIMAIRE - ORGANISATION LNR



Dépenses opérationnelles

- La Ligue Nationale de Rugby a réalisé un total de **2,310 millions d'euros** (M€) de dépenses opérationnelles dans le cadre de l'organisation des demi-finales du TOP 14.
- **1,817 M€** (79%) ont été **dépensés sur le territoire de la Métropole de Lyon**. Ces dépenses locales ont été financées à 80% grâce à des revenus externes au territoire lyonnais essentiellement tirés des recettes de billetterie et de la redevance sur la commercialisation des hospitalités). L'**injection brute** de revenus est ainsi évaluée à **1,467 M€**.
- **0,477 M€** (21%) ont été **dépensé à l'extérieur du territoire de la Métropole de Lyon**. Ces dépenses ont été financées à hauteur de 20% par des revenus internes au territoire lyonnais. Il en résulte des **fuites** de revenus hors territoire à hauteur de **0,096 M€**.
- Au final, **l'impact primaire lié aux dépenses d'organisation réalisées par la LNR s'établit à 1,371 M€**.

IMPACT PRIMAIRE - ORGANISATION OLYMPIQUE LYONNAIS



Dépenses opérationnelles

- Exploitant du Groupama Stadium, l'Olympique Lyonnais a également contribué à l'organisation des demi-finales du TOP 14, en particulier en opérant un certain nombre de prestations en matière d'hospitalités. **L'Olympique Lyonnais a ainsi dépensé 1,208 M€ dans le cadre de l'évènement.**

- 81% de ce montant a été dépensé auprès des prestataires et de fournisseurs locaux, ce qui a généré **des dépenses locales de 0,982 M€**. Celles-ci ayant été financée à hauteur de 56% par des revenus externes, **l'injection brute s'élève à 0,554 M€**.

- **0,226 M€** ont été **dépensés en dehors de la Métropole de Lyon**. Ces dépenses externes ont été financées à 44% par des revenus collectés auprès d'acteurs domiciliés au sein du territoire. Dès lors, les fuites s'établissent à **0,098 M€**.

- **Au final, l'impact primaire lié aux dépenses d'organisation réalisées par l'Olympique Lyonnais s'établit à 0,456 M€.**

IMPACT PRIMAIRE - VISITEURS : LES SPECTATEURS

117 149

Le Groupama Stadium affichait complet pour les deux rencontres des demi-finales. Plus de 117 000 spectateurs ont assisté à l'une et/ou l'autre des rencontres

83%

Plus de 4 spectateurs sur 5 ayant assisté aux demi-finales du TOP 14 ne résidaient pas au sein de la Métropole de Lyon

44 798

spectateurs avaient un billet pour l'une des deux rencontres

32 661

spectateurs avaient un billet pour les deux rencontres

77 459

spectateurs uniques c'est-à-dire personnes différentes ayant assisté aux rencontres

Le public des demi-finales s'est réparti en deux catégories :

- Des spectateurs Grand-Public, c'est-à-dire ayant assisté aux demi-finales avec des places "sèches" sans prestation d'hospitalités.
- Les "autres spectateurs" composés de personnes invitées dans le cadre de CSE et de spectateurs ayant assisté aux demi-finales dans des espaces bénéficiant de prestations d'hospitalités (accès à des salons ou à des loges).

IMPACT PRIMAIRE - VISITEURS : LES SPECTATEURS GRAND-PUBLIC



Sur la base des données collectées, l'impact primaire généré par les dépenses des spectateurs Grand-Public des demi-finales au sein de la Métropole de Lyon s'élève à 9,783 M€

83% de spectateurs non-résidents

AFFLUENCE TOTALE

96 303

SPECTATEURS UNIQUES

72 248

SPECTATEURS NON LOCAUX

60 182

SPECTATEURS SPÉCIFIQUES

58 775

DÉPENSES TOTALES

15,303 M€

IMPACT PRIMAIRE

9,783 M€

Application no show et nombre billets/personne

98% des spectateurs venus principalement pour les demi-finales

IMPACT PRIMAIRE - VISITEURS : LES AUTRES SPECTATEURS



Sur la base des données collectées, l'impact primaire généré par les dépenses des autres spectateurs des demi-finales au sein de la Métropole de Lyon s'élève à 2,952 M€

58% de spectateurs non-résidents

AFFLUENCE TOTALE

20 846

SPECTATEURS UNIQUES

9 912

SPECTATEURS NON LOCAUX

6 045

SPECTATEURS SPÉCIFIQUES

5 904

IMPACT PRIMAIRE

2,952 M€

Application no show et nombre billets/personne

99% des spectateurs venus principalement pour les demi-finales

IMPACT PRIMAIRE - VISITEURS : LES ACCRÉDITÉS

5 100

Hors équipes participantes, plus de 5 000 personnes ont contribué de près ou de loin à l'organisation des demi-finales du TOP 14. De très nombreuses fonctions sont représentées parmi ces personnes accréditées : accueil et sécurité, restauration, logistique, marketing et communication, etc.

24%

Un peu moins d'un quart des personnes accréditées résident en dehors de la Métropole de Lyon. Ces informations ont été estimées sur la base de travaux menés précédemment sur l'impact économique des demi-finales du TOP 14 et de clubs professionnels de rugby



Sur la base des données collectées, l'impact primaire généré par les dépenses des accrédités au sein de la Métropole de Lyon s'élève à 0,379 M€

TOTAL ACCRÉDITÉS
DEMI-FINALES

5 104

ACCRÉDITÉS NON-
RÉSIDENTS LYONNAIS

1 209

PANIER DE
DÉPENSES

[30 -500 €]

IMPACT PRIMAIRE
« ACCRÉDITÉS »

0,379 M€

IMPACT PRIMAIRE - VISITEURS : LES DEMI-FINALISTES



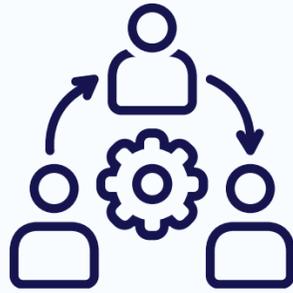
Les quatre équipes ont chacune engagé des frais afin de se rendre à Lyon pour les demi-finales du TOP 14 : hébergement et restauration des délégations sportives, invitations de partenaires, activations sponsoring, etc. Ces dépenses ont pu être évaluées grâce aux données fournies par les quatre clubs. D'après les données de la LNR, un total de **296 personnes issues des quatre clubs** étaient accréditées pour les rencontres comprenant joueurs, staff sportif, équipe dirigeante et autres invités.

0,200
M€

En retraitant les données transmises par les clubs des dépenses engagées hors Métropole de Lyon (transport entre la ville de départ et Lyon, locations de bus, etc.), nous avons pu estimer **l'impact lié aux dépenses des équipes demi-finalistes à 0,200 M€.**

TEAM

IMPACT PRIMAIRE - SYNTHÈSE



L'impact primaire lié à l'organisation des demi-finales du TOP 14 s'élève à 1,828 M€, ce montant se décomposant entre l'impact provenant des dépenses de la Ligue Nationale de Rugby (1,371 M€) et celui provenant des dépenses de l'Olympique Lyonnais (0,456 M€).



L'impact primaire lié aux dépenses des spectateurs s'élève à 10,735 M€. Ce montant se compose des dépenses du grand-public (9,783 M€) et des dépenses des autres spectateurs (2,952 M€). Il n'intègre que les dépenses des spectateurs ne résidant pas la Métropole de Lyon dont le motif principal de déplacement était d'assister à l'une et/ou l'autre des rencontres.



L'impact primaire lié aux dépenses des personnes accréditées (hors délégations des clubs qualifiés) s'élève à 0,379 M€. Ce montant correspond aux dépenses engagées par les personnes accréditées ne résidant pas la Métropole de Lyon et n'ayant pas été prises en charge par la LNR ou une autre partie prenante.



L'impact primaire lié aux dépenses des équipes qualifiées pour les demi-finales s'élève à 0,200 M€. Ce montant n'intègre que les dépenses des quatre clubs réalisées au sein de la Métropole de Lyon.

**Impact primaire
demi-finales du TOP 14**

15,142 M€

L'impact primaire des demi-finales du TOP 14 cumulant les dépenses de l'organisation et les dépenses des visiteurs s'établit à 15,142 M€.

IMPACT ÉCONOMIQUE TOTAL

$$\begin{array}{|c|} \hline \text{IMPACT PRIMAIRE} \\ \hline 15,142 \text{ M€} \\ \hline \end{array} \times \begin{array}{|c|} \hline \text{MULTIPLICATEUR} \\ \hline 1,38 \\ \hline \end{array} =$$

$$\begin{array}{|c|} \hline \text{IMPACT ÉCONOMIQUE TOTAL} \\ \hline 20,896 \text{ M€} \\ \hline \end{array}$$

Les demi-finales du TOP 14 ont généré un impact économique total de 20,9 M€ au sein de l'économie de la Métropole de Lyon.

L'impact économique primaire produit, par effet multiplicateur, des effets indirects et induits. L'impact économique total du club est ainsi composé de l'impact primaire et de l'impact secondaire et obtenu par l'application d'un multiplicateur de Wilson.

La somme des effets indirects et induits s'établit à 5,8 M€, ce qui représente un peu moins de 28% de l'impact total.

5,754 M€

Impact économique secondaire (effets indirects et induits)



ÉTUDE QUALITATIVE

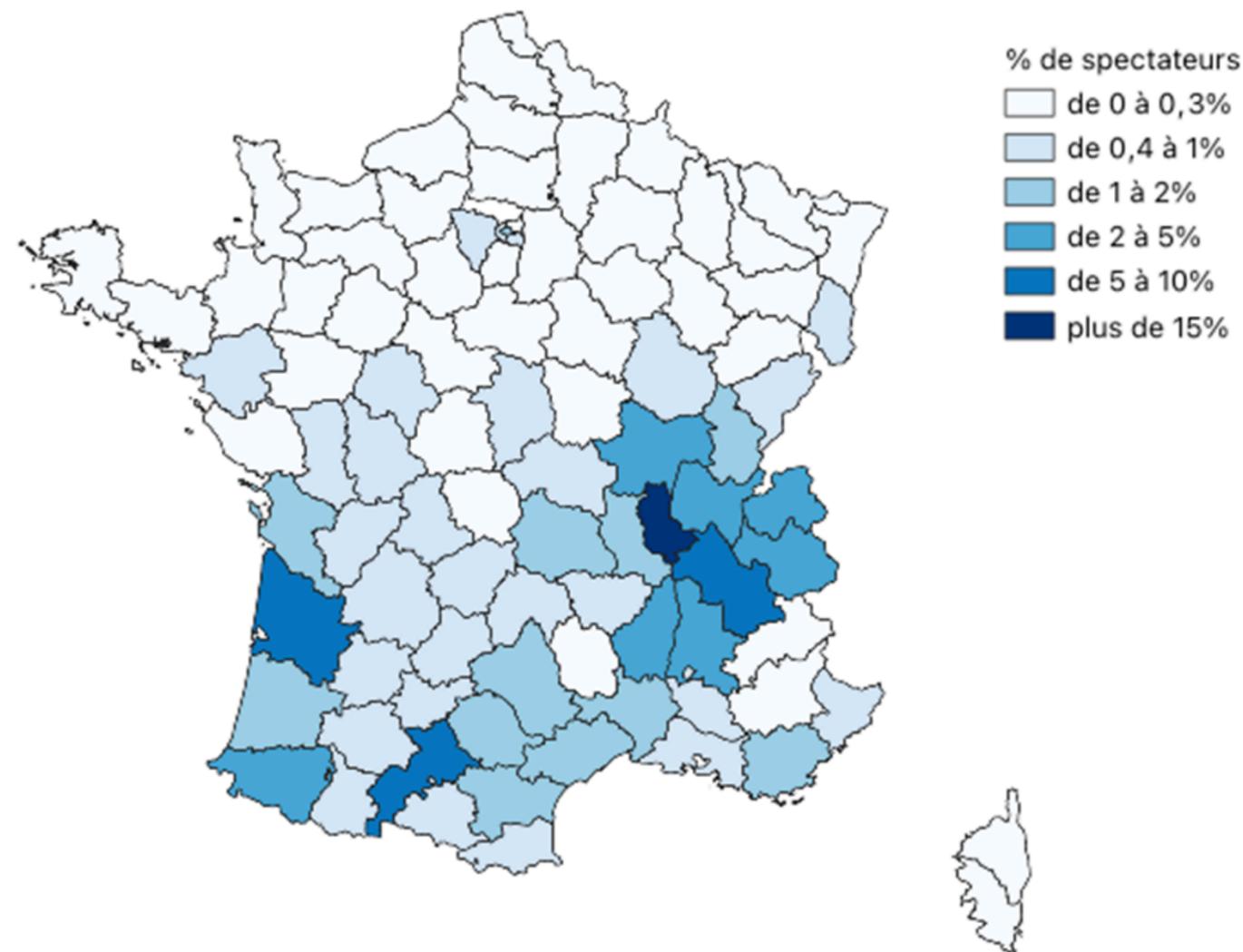
PROFIL DES SPECTATEURS DES DEMI-FINALES DU TOP 14

UNE MAJORITÉ DE SPECTATEURS EXTÉRIEURS À LA MÉTROPOLE DE LYON

80%

des spectateurs sont originaires d'un **autre département que le Rhône.**

Parmi les spectateurs ne résidant pas dans le département du Rhône, on retrouve essentiellement des spectateurs venant des **départements limitrophes** et des **départements dont sont issues les équipes demi-finalistes.**

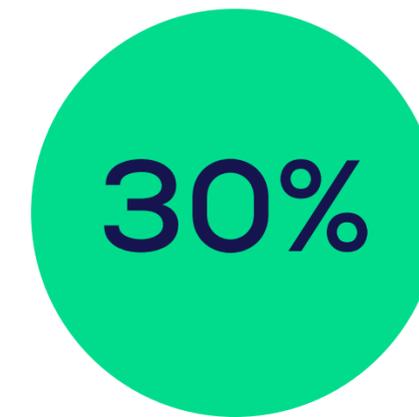


PROFIL DES SPECTATEURS DES DEMI-FINALES DU TOP 14

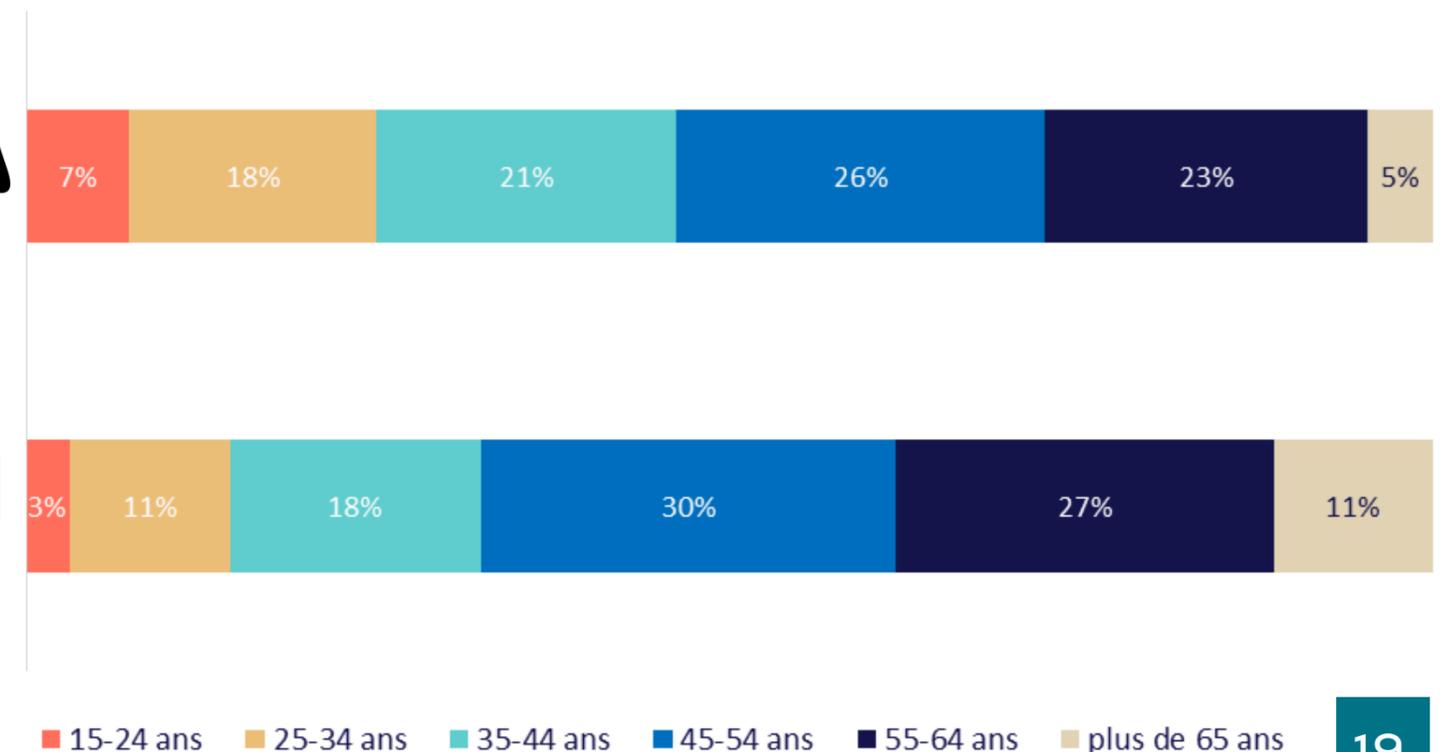
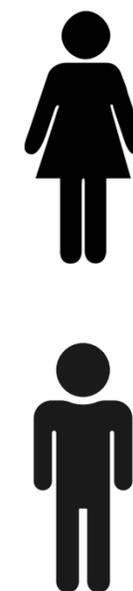
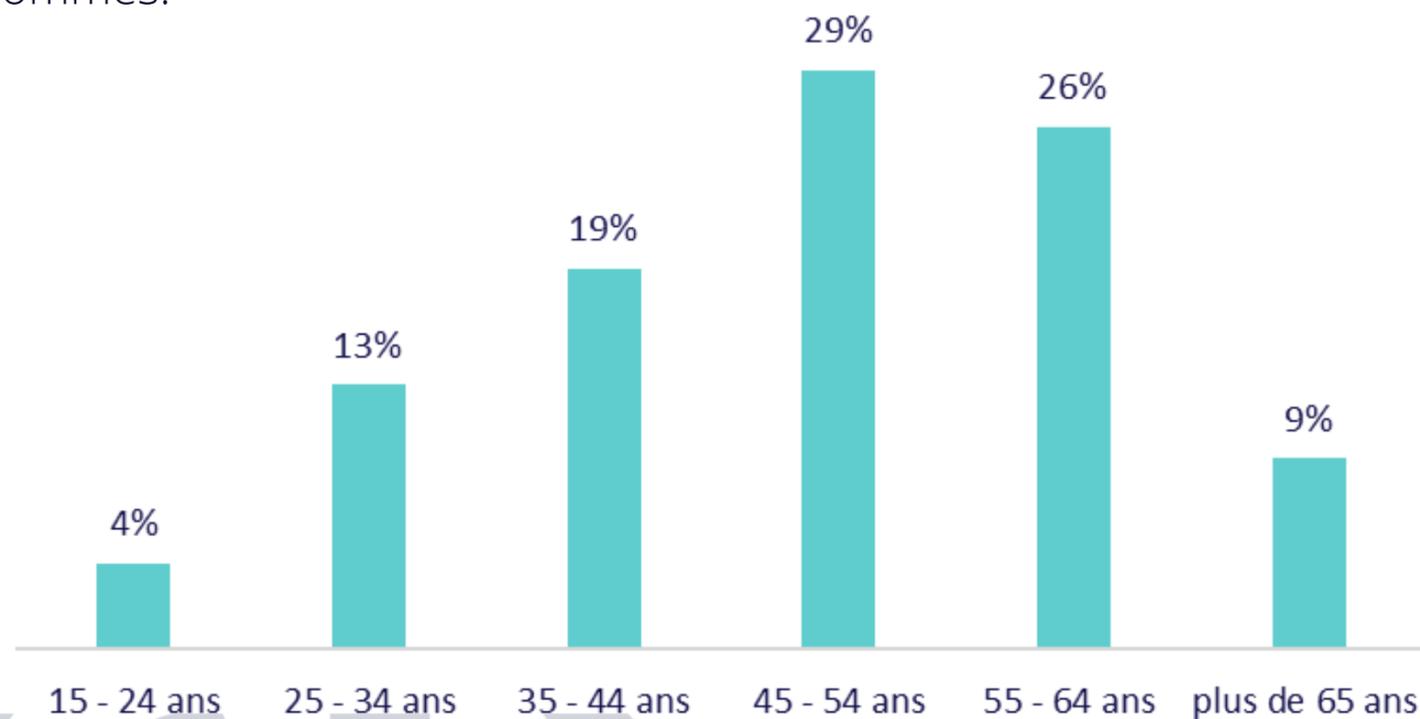
UN PUBLIC FÉMININ QUI SE STABILISE ET UN PUBLIC PLUTÔT MATURE

Si le public reste en majorité masculin, on note une **tendance à la stabilisation de la part des femmes venues assister aux matchs.**

De plus, ce public est relativement âgé : **64% des spectateurs ont plus de 45 ans**, presque 54% chez les femmes et 68% chez les hommes. On peut constater que la répartition des femmes entre 25 et 65 ans est plus homogène que celle des hommes.



des **spectateurs sont des femmes**

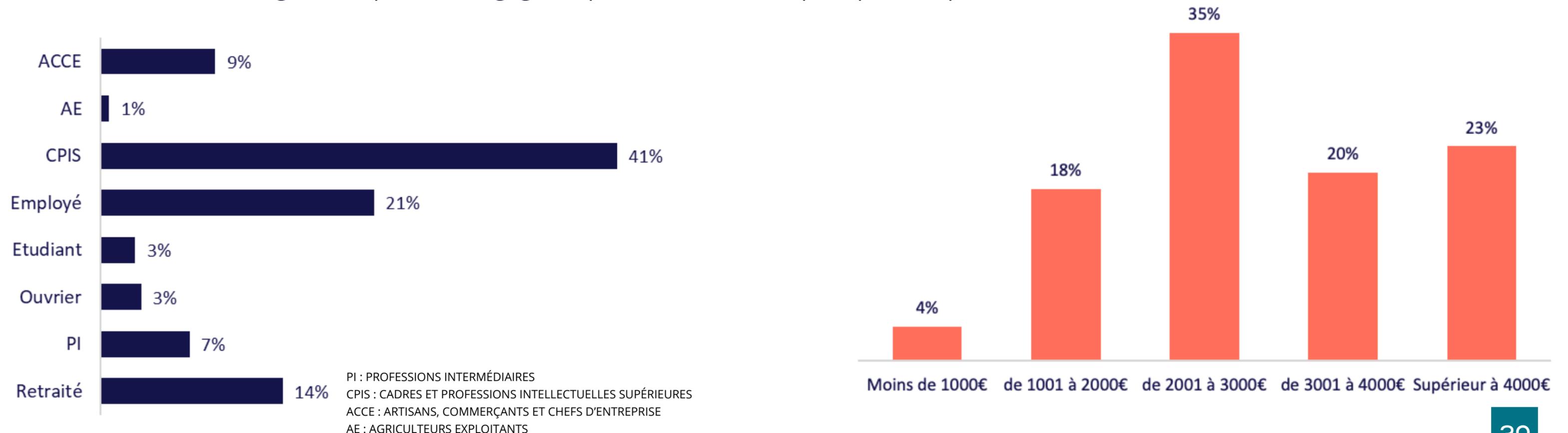


PROFIL DES SPECTATEURS DES DEMI-FINALES DU TOP 14

UN PUBLIC DISPOSANT D'UN NIVEAU DE VIE RELATIVEMENT AISÉ

D'un point de vue professionnel, la composition socio économique du public des demi-finales du TOP 14 correspond à ce que nous pouvons observer dans les stades de rugby de TOP 14 et de PRO D2. Les employés et les cadres et professions intellectuelles supérieures (CPIS) représentent 62% du public. A l'inverse, les artisans (9%), les ouvriers (3%) et les agriculteurs (1%) sont très peu représentés dans les rangs des spectateurs des demi-finales du TOP 14.

La composition socioéconomique du public se retrouve dans la répartition des revenus des spectateurs. Le public dispose d'un niveau de vie confortable : 43% des ménages des spectateurs gagnent plus de 3000€ dont presque 23% plus de 4000€.



ENQUÊTE DE SATISFACTION

ANALYSE DES DÉPENSES DES SPECTATEURS LOCAUX (LYON MÉTROPOLE)

88,10 €

Panier moyen de dépenses
réalisées à l'occasion des demi-
finales du TOP 14 hors achat du
billet



Dans le stade

Hors stade

62,40 €



Dans Lyon

16,20 €



6,80 €



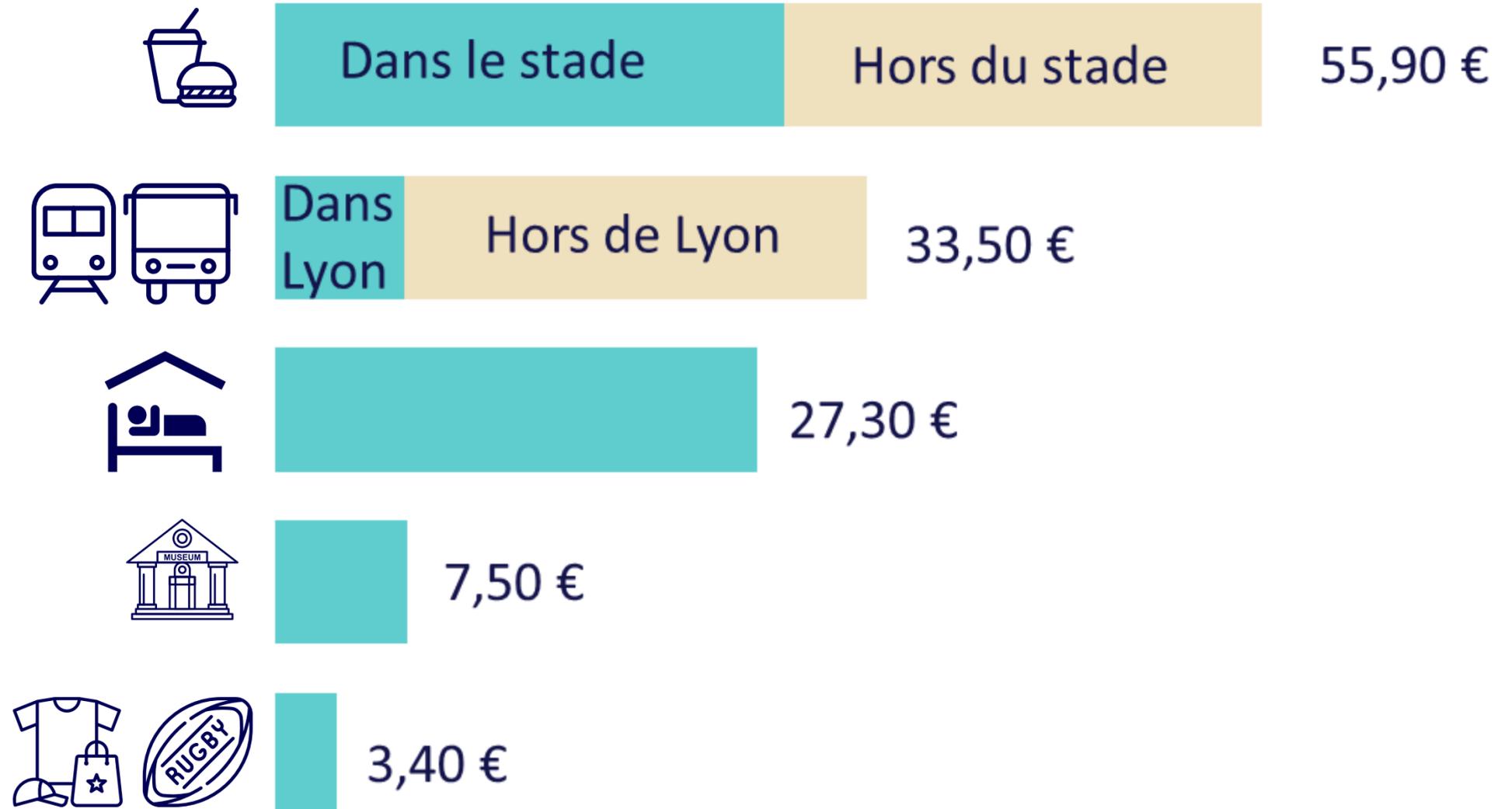
2,70 €

ENQUÊTE DE SATISFACTION

ANALYSE DES DÉPENSES DES SPECTATEURS RÉGIONAUX (RÉSIDENTS AURA*)

127,70 €

Panier moyen de dépenses
réalisées à l'occasion des demi-
finales du TOP 14 hors achat du
billet



ENQUÊTE DE SATISFACTION

ANALYSE DES DÉPENSES DES SPECTATEURS EXTRA-RÉGIONAUX (France et étranger)

331,70 €

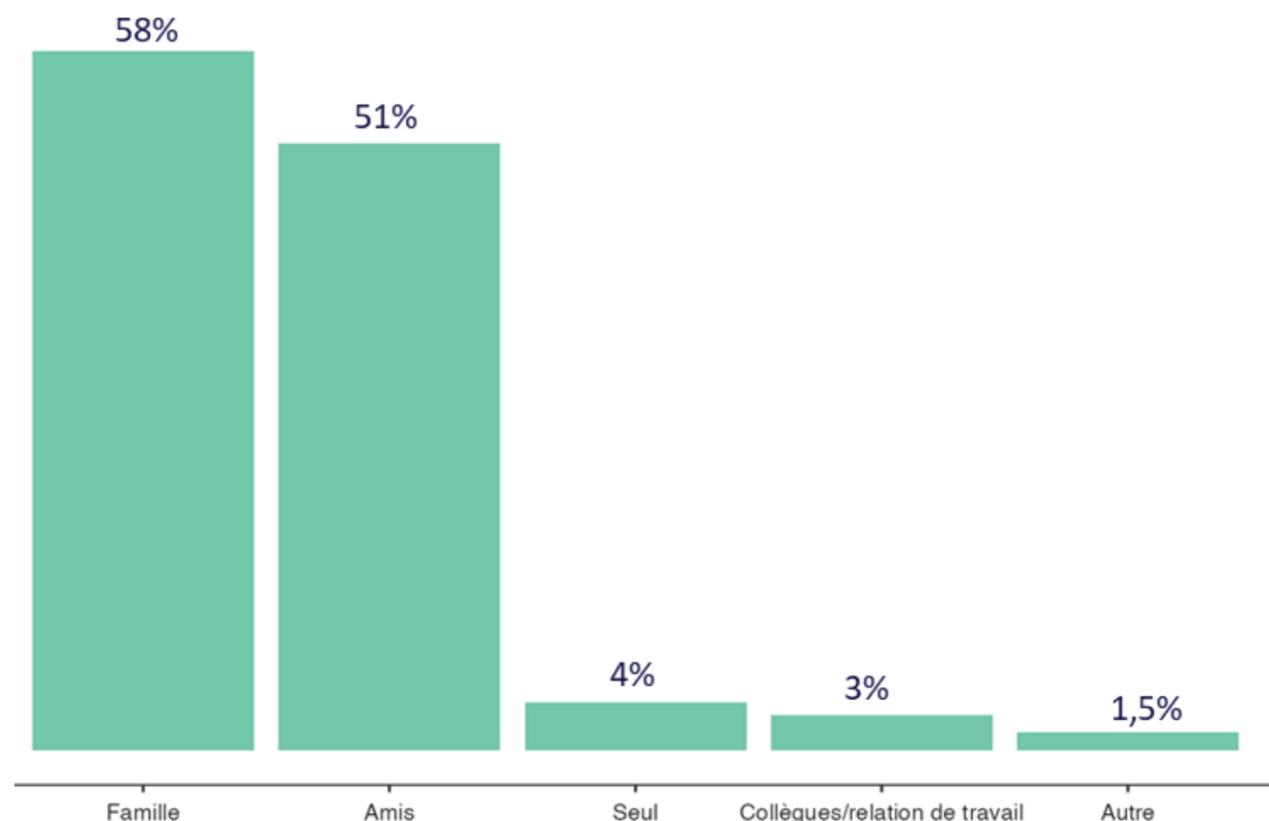
Panier moyen de dépenses
réalisées à l'occasion des demi-
finales du TOP 14 hors achat du
billet



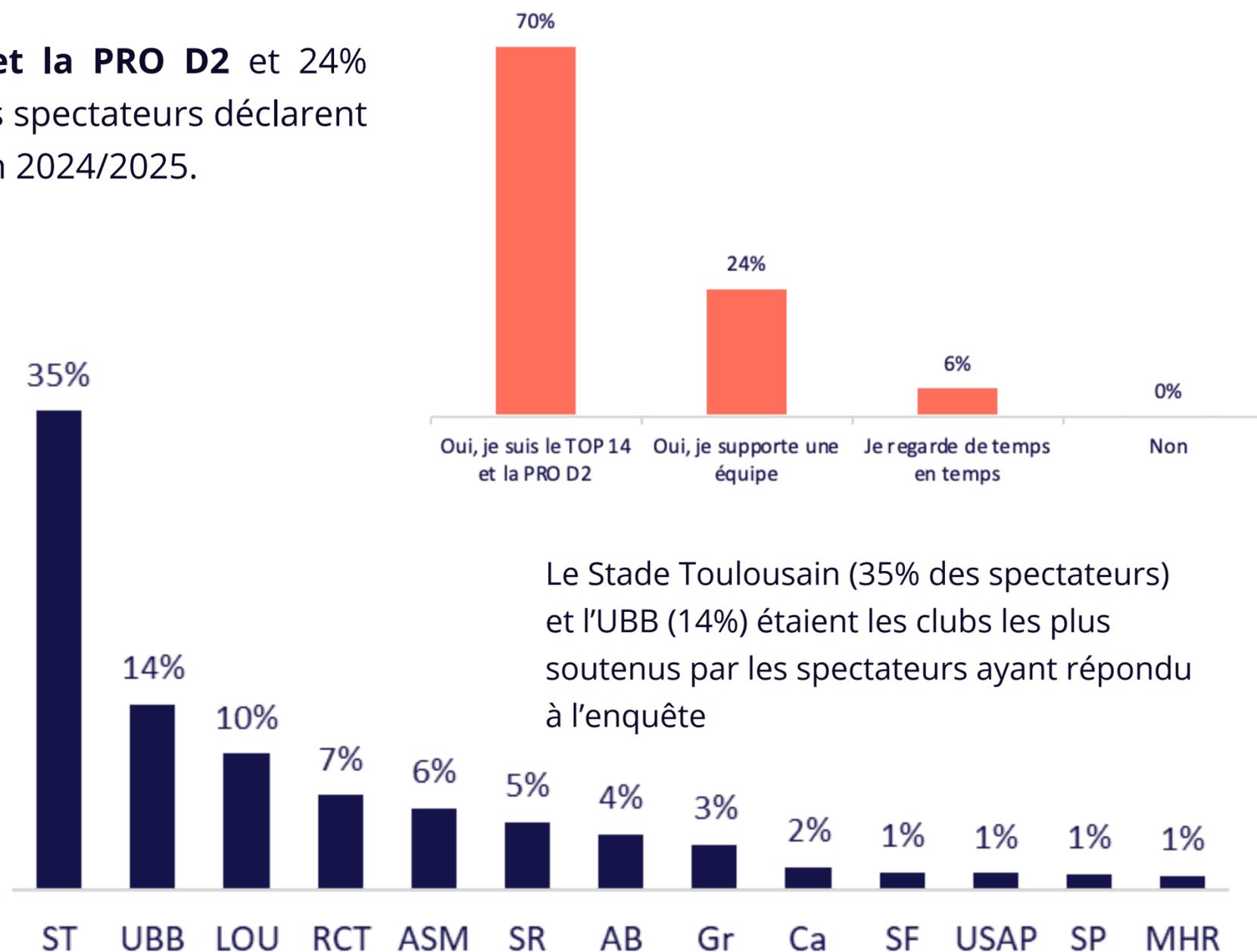
PROFIL DES SPECTATEURS DES DEMI-FINALES DU TOP 14

UN PUBLIC DE FANS DE RUGBY QUI VIENNENT EN FAMILLE OU ENTRE AMIS

Près **70% des personnes ont déclaré suivre le TOP 14 et la PRO D2** et 24% supportent une équipe : on a donc un public fan de rugby ! Les spectateurs déclarent ainsi avoir assisté en moyenne à 8 matchs au cours de la saison 2024/2025.



Les spectateurs viennent principalement en famille (58%) ou entre amis (51%) et en moyenne, les personnes par groupe d'environ 4 personnes.



Le Stade Toulousain (35% des spectateurs) et l'UBB (14%) étaient les clubs les plus soutenus par les spectateurs ayant répondu à l'enquête

Répartition des spectateurs selon l'équipe encouragée (seules les équipes dont le pourcentage est supérieur à 1% des réponses sont représentées)

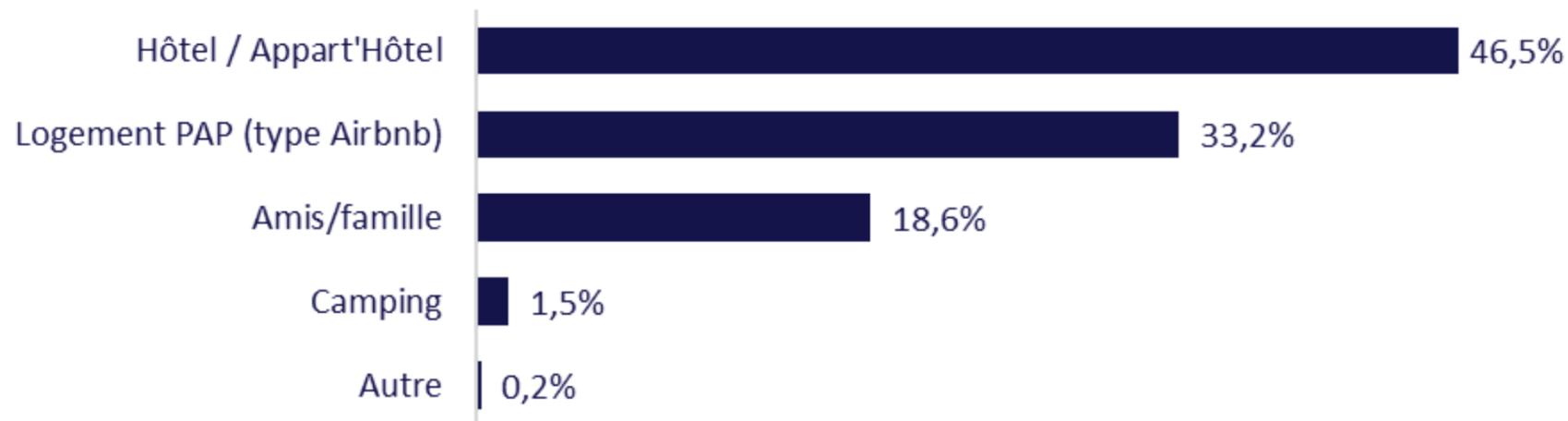
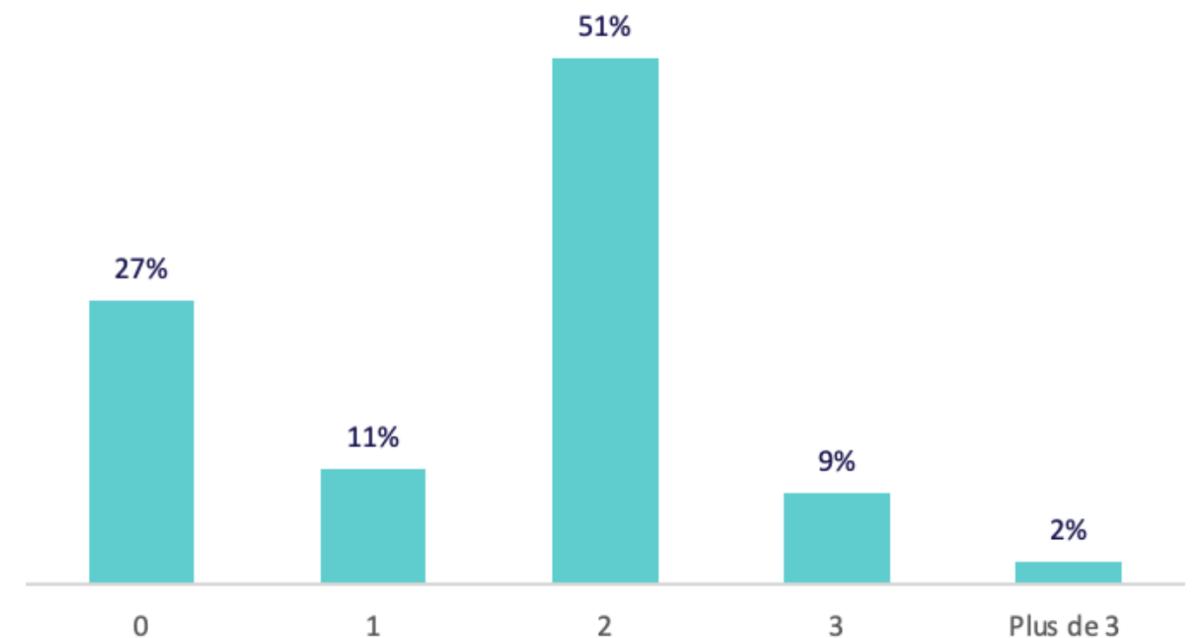
PROFIL DES SPECTATEURS DES DEMI-FINALES DU TOP 14

DES FANS QUI RESTENT PLUSIEURS JOURS DANS LA VILLE-HÔTE

+72%

des spectateurs déclarent **avoir passé au moins une nuit à Lyon** à l'occasion des demi-finales du TOP 14.
Plus de la moitié (50,5%) sont même restés deux nuits.

Nombre de nuits passées à Lyon

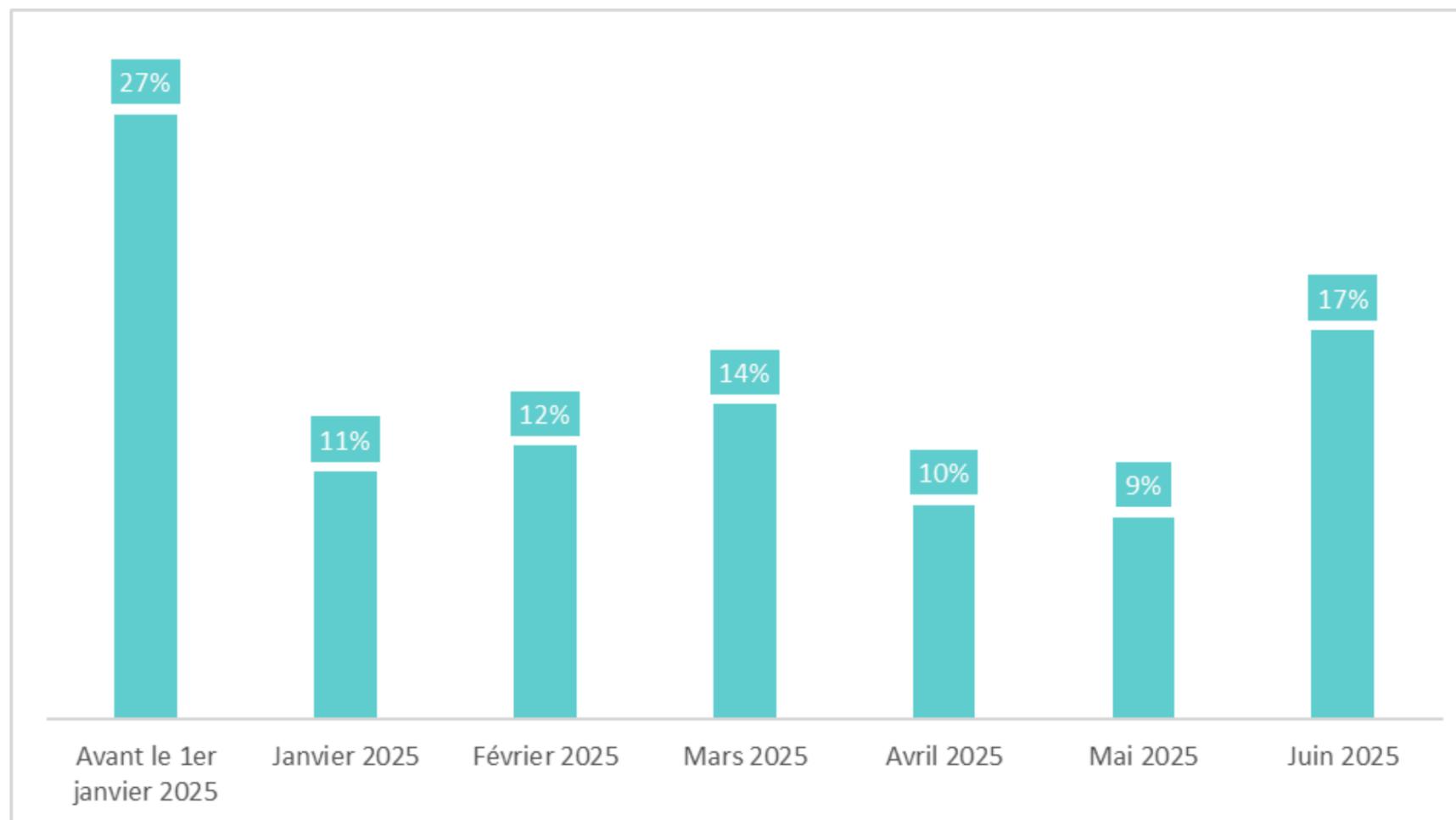


46,5% des spectateurs non-résidents ont séjourné à l'hôtel qui correspond au mode d'hébergement principal, suivi de près par les locations de type appartement touristique (33,2%). Ces spectateurs ont dans leur très grande majorité (98%) réservé directement leur hébergement **sans passer par la plateforme mise en place par la LNR**. Celle-ci ne semble ainsi pas disposer d'une notoriété très importante à ce jour, ce qui pourrait constituer un axe de progrès pour la LNR.

PROFIL DES SPECTATEURS DES DEMI-FINALES DU TOP 14

UNE RÉSERVATION DES HÉBERGEMENTS QUI SE FAIT TRÈS EN AMONT

Date de réservation des hébergements



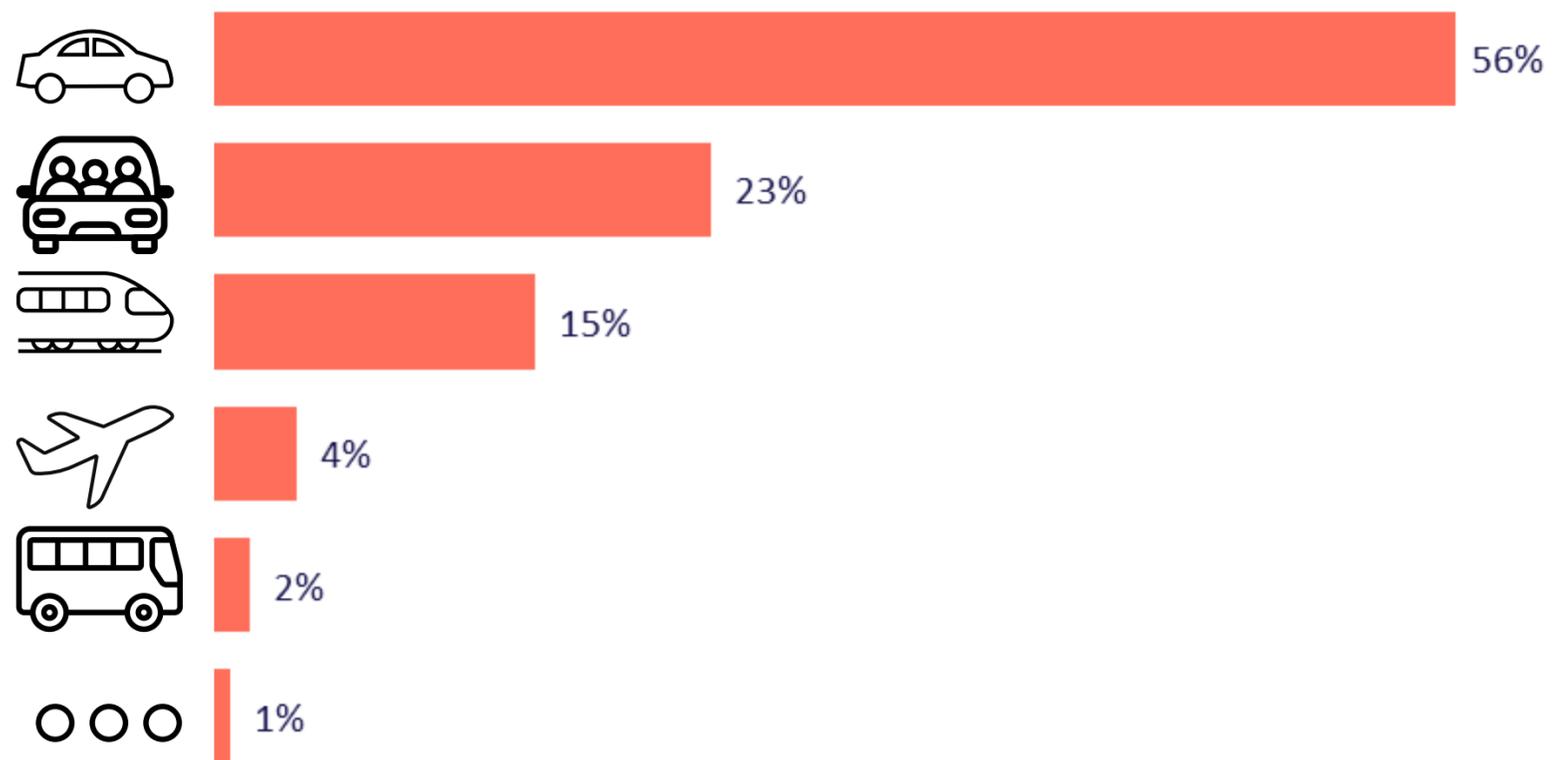
27%

Plus du quart des spectateurs ont effectué leur réservation d'hébergement en décembre 2024, soit quelques jours à peine après la mise en vente des billets pour les rencontres. Les autres réservations se sont faites de façon progressive entre janvier et mai, période durant laquelle 57% des spectateurs ont réservé leur hébergement. Les réservations de dernière minute ne sont que très minoritaires puisque **seulement 17% des spectateurs ont indiqué avoir réservé en juin 2025.**

PROFIL DES SPECTATEURS DES DEMI-FINALES DU TOP 14

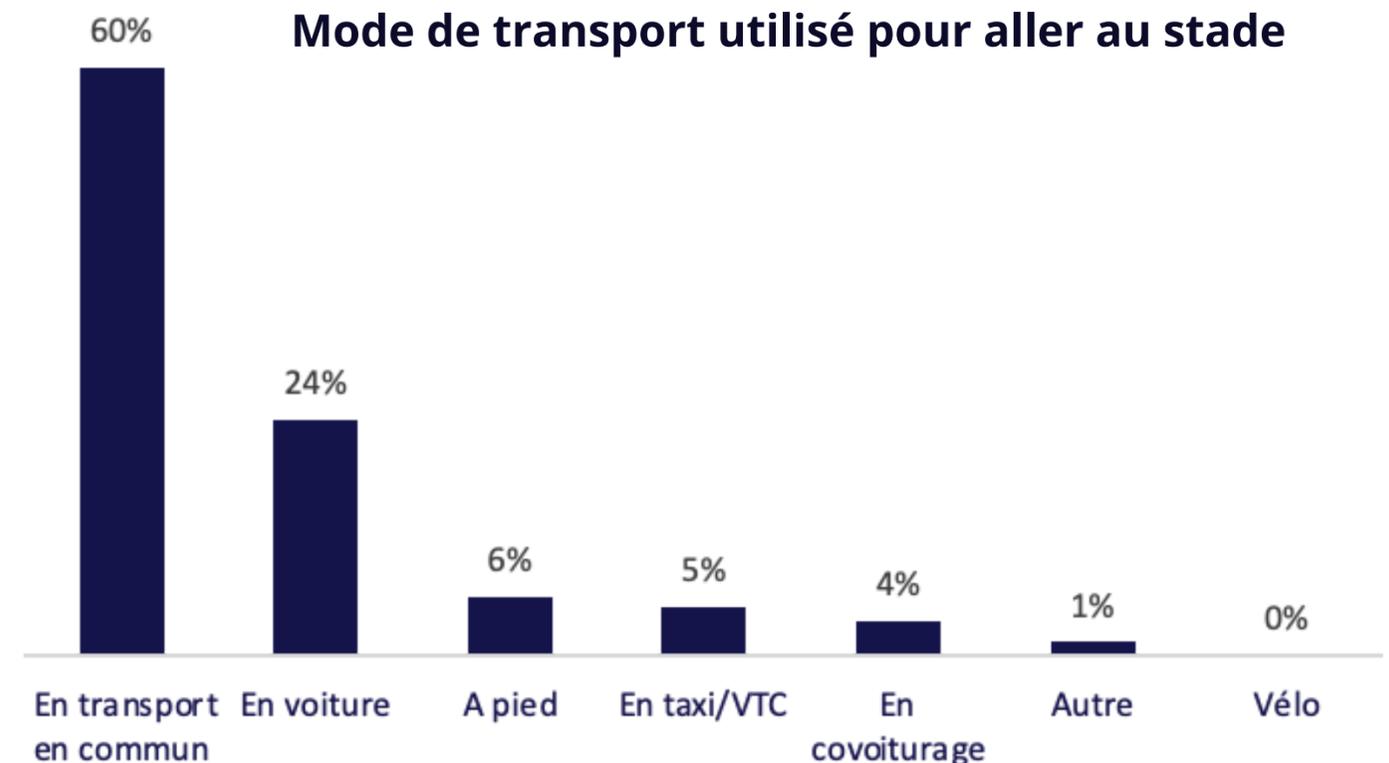
UN PUBLIC QUI SE DÉPLACE EN VOITURE POUR VENIR PUIS EN TRANSPORTS EN COMMUN UNE FOIS SUR LE LIEU DES DEMI-FINALES

Moyen de locomotion utilisé pour venir à Lyon



La voiture reste le moyen de locomotion le plus utilisé par les spectateurs des demi-finales du TOP 14 pour aller de leur domicile à Lyon : 56% sont venus en voiture et 23% en covoiturage.

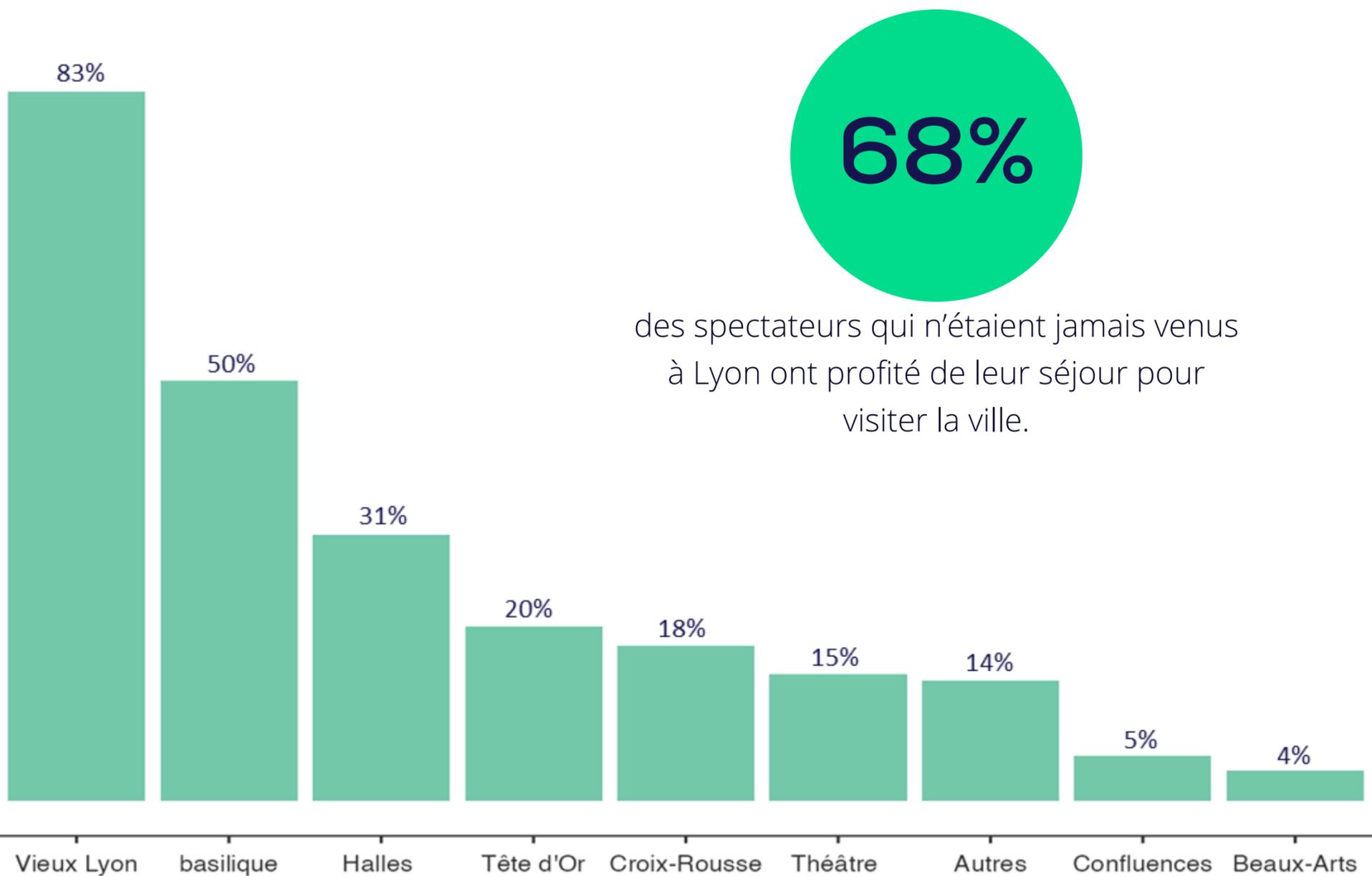
Mode de transport utilisé pour aller au stade



Une fois dans la ville, **60% des spectateurs ont utilisé les transports en commun pour se rendre au stade**, 24% la voiture et 6% à pied (le reste se partage entre vélo, covoiturage et taxi).

PROFIL DES SPECTATEURS DES DEMI-FINALES DU TOP 14

UN PUBLIC QUI PROFITE DE SA VENUE POUR DÉCOUVRIR LA VILLE



Principaux sites visités à l'occasion des demi-finales du TOP 14

Près d'un spectateur sur cinq (19%) n'était jamais venu à Lyon. Parmi ceux-ci, 68% d'entre eux ont profité de leur séjour pour visiter la ville. Ceux qui connaissaient déjà Lyon ne sont pas en reste puisque plus d'un tiers (36%) déclarent avoir visité la ville à l'occasion des demi-finales du TOP 14.

Les lieux les plus visités sont le **Vieux Lyon** (83%) et la **Basilique Notre-Dame-de-Fourvière** (50%). Viennent ensuite **les Halles** (31%), le **parc de la Tête d'Or** (20%) et la **Croix-Rousse** (18%). Moins de 15% des visites se sont portées vers le **Théâtre**, le **musée des Confluences** ou le **musée des Beaux Arts**.

PROFIL DES SPECTATEURS DES DEMI-FINALES DU TOP 14

UN ÉVÈNEMENT QUI SERT L'ATTRACTIVITÉ DE LA VILLE-HÔTE



95%

des spectateurs **se sont sentis bien accueillis par la ville et ses représentants** : restaurateurs, personnel d'accueil dans les transports, hôteliers

75%

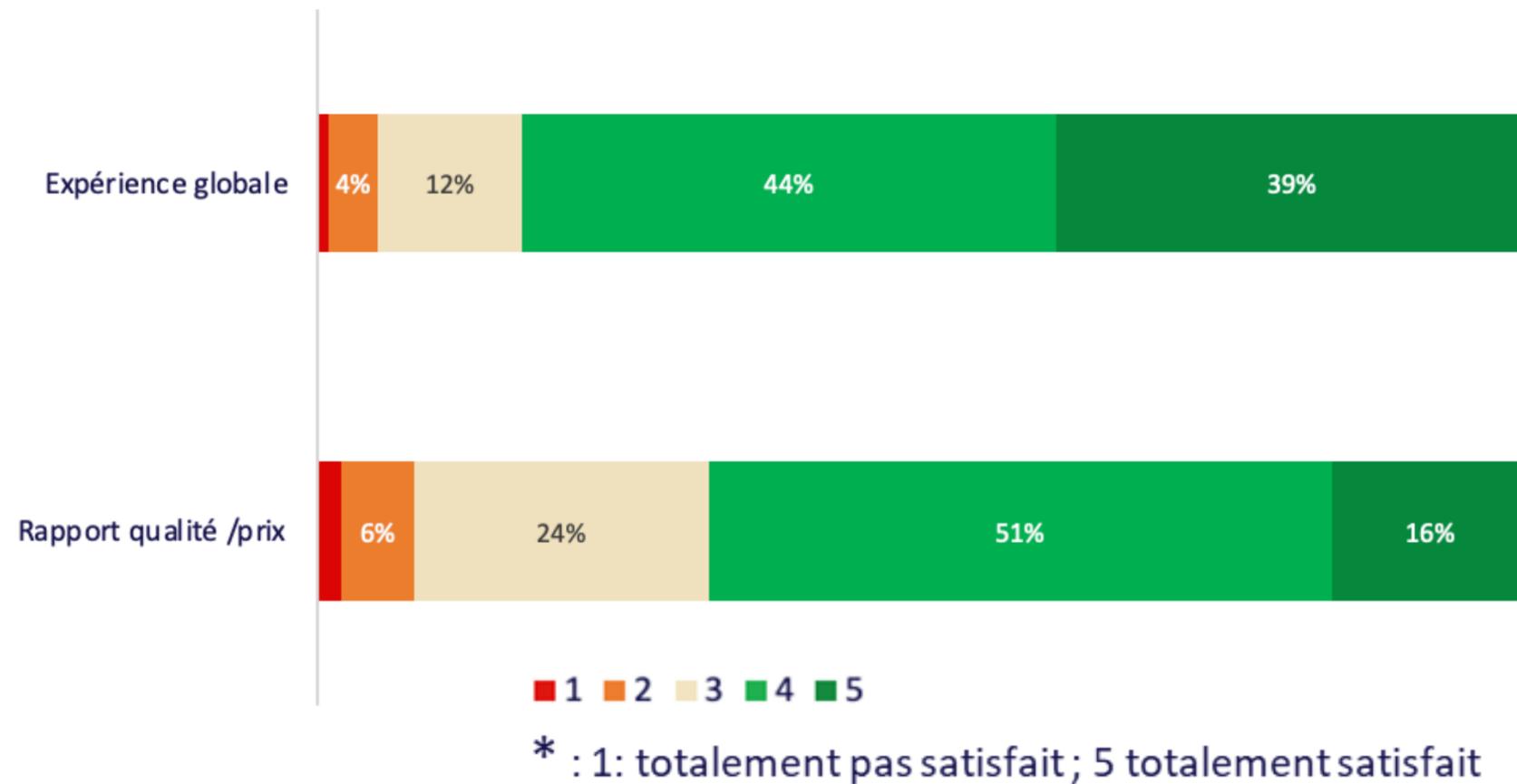
des spectateurs des demi-finales déclarent avoir **envie de revenir à Lyon** à l'avenir : **64%** pour visiter la ville et ses environs et **57%** pour assister à d'autres évènements sportifs

ENQUÊTE DE SATISFACTION

DES FANS SATISFAITS DE L'ORGANISATION

80%

des spectateurs se déclarent **satisfaits de l'expérience vécue à Lyon à l'occasion des demi-finales du TOP 14**



Les données qualitatives issues de l'enquête menée auprès du grand public des demi-finales du TOP 14 révèlent que les spectateurs sont globalement satisfaits de l'expérience vécue.

67% sont satisfaits ou très satisfaits du **rapport qualité/prix**. Ce chiffre se situe légèrement en dessous des résultats obtenus lors des demi-finales à Bordeaux en 2024.

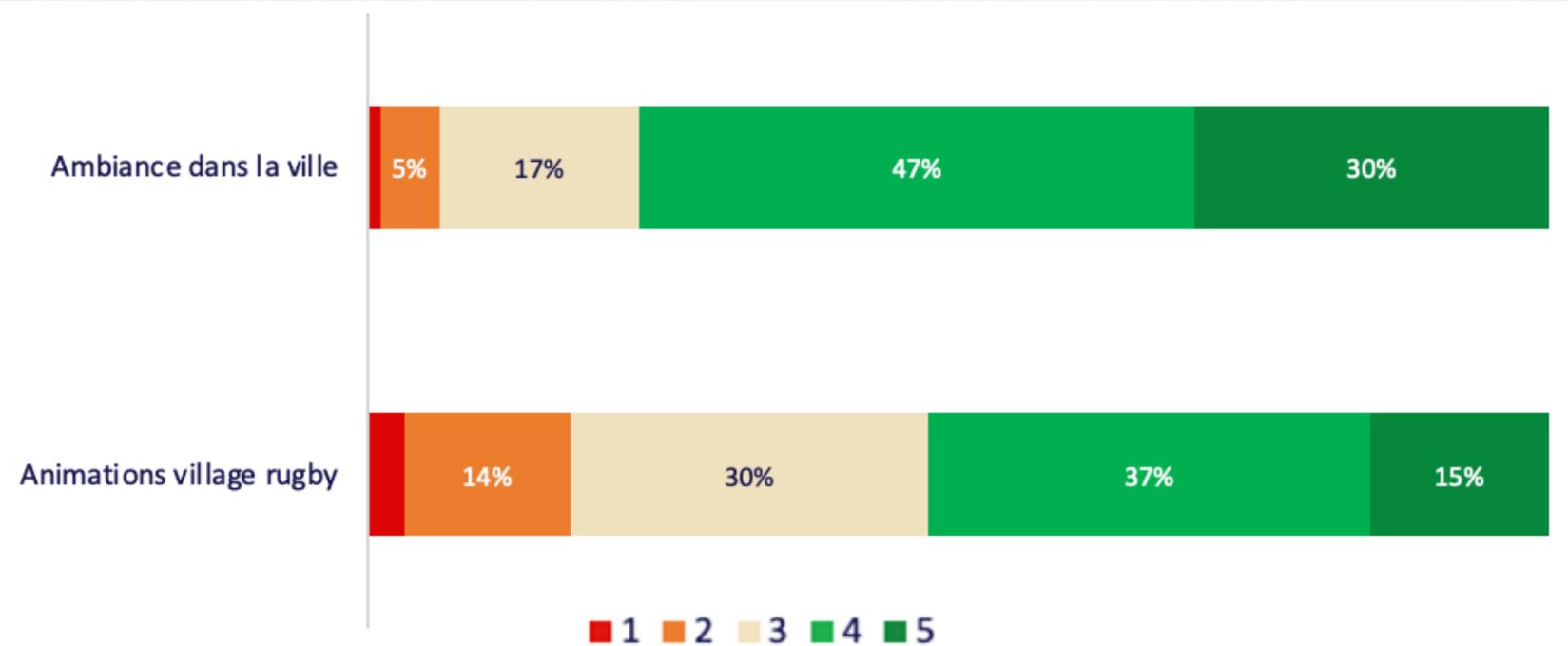
Parmi les **motifs d'insatisfaction** figurent notamment les **tarifs pratiqués sur les boissons**, en particulier les bouteilles d'eau (ce qui peut s'expliquer par les températures caniculaires enregistrés ce week-end là). Ils ont également trouvé les **temps d'attente très longs** et souligné quelques **ruptures de produits aux buvettes** (notamment des boissons).

ENQUÊTE DE SATISFACTION

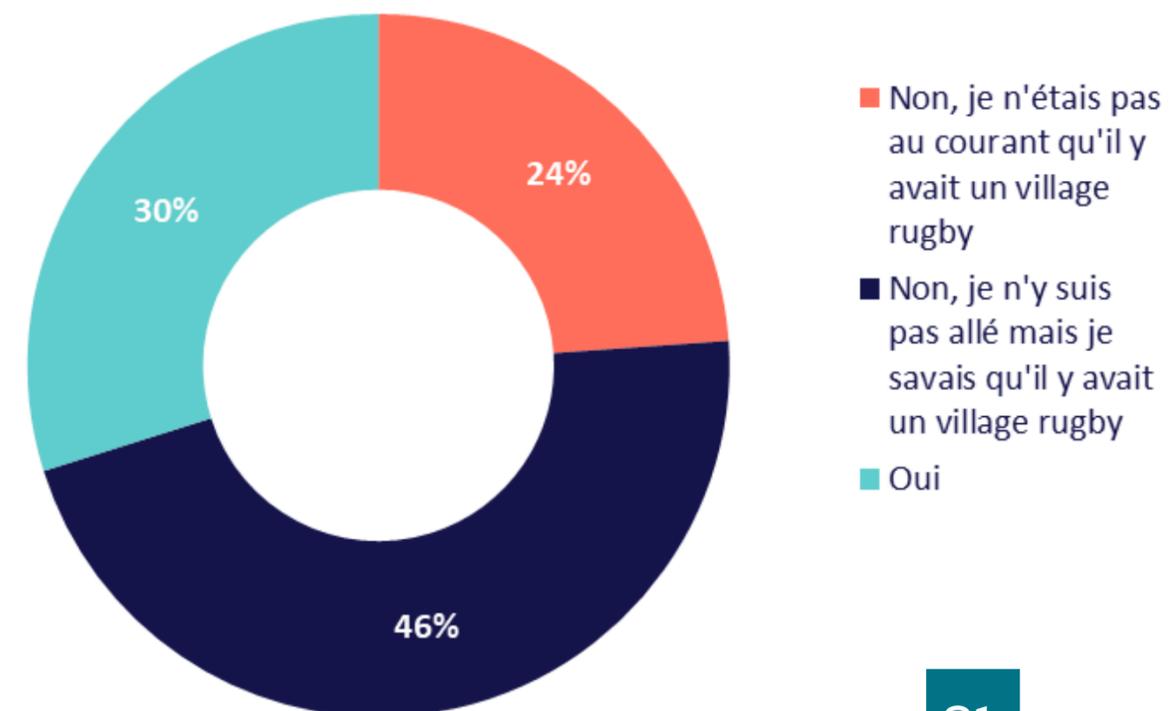
UNE ATMOSPHÈRE FESTIVE EN COEUR DE VILLE

77% des spectateurs ont trouvé l'ambiance bonne ou très bonne au sein de la Ville de Lyon, les spectateurs ayant bénéficié d'une atmosphère festive et d'un accueil chaleureux de la part de la population locale.

En revanche, des efforts semblent pouvoir être faits dans la promotion du Village Rugby mis en place en cœur de ville : **moins d'un spectateur sur trois s'est rendu au Village Rugby Place Bellecour**. 24% des fans interrogés ont même déclaré ignorer son existence. Une attention particulière semble devoir être portée par la LNR sur cette animation qui ne semble pas, qui plus est, avoir emporté l'adhésion des spectateurs qui ont déclaré s'y être rendus : seuls 50% de ceux qui ont été au Village Rugby indiquent avoir été satisfaits ou très satisfaits des animations proposées. Parmi les points négatifs les plus fréquemment cités, on retrouve le fait que **les animations n'étaient pas suffisamment signalées** et qu'elles étaient **trop éloignées du stade**.



* : 1: totalement pas satisfait ; 5 totalement satisfait



ENQUÊTE DE SATISFACTION

UNE AMBIANCE AU GROUPAMA STADIUM PLÉBISCITÉE

89%

des spectateurs indiquent avoir vécu **une bonne expérience au Groupama Stadium**

Souvent citée comme un facteur irritant, **l'accessibilité au stade s'est avérée plutôt satisfaisante** : 59% des spectateurs indiquent avoir été satisfaits ou très satisfaits de l'accessibilité.

Parmi les points négatifs cités sur le plan de l'accessibilité, les remarques concernent le fait que les navettes étaient payantes, les trams surchargés et aux horaires mal adaptées ainsi qu'un temps de trajet long.

Ambiance dans le stade

9% 42% 47%

Accessibilité au stade

16% 10% 16% 28% 31%

■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5

* : 1: totalement pas satisfait ; 5 totalement satisfait

ENQUÊTE DE SATISFACTION

DES OFFRES D'ANIMATION SUR SITE QUI TROUVENT LEUR PUBLIC

50%

des spectateurs ont **participé aux animations mises en place par la LNR à proximité du Groupama Stadium**

Qualité perçue des animations de la Fan Zone



■ Totalement insatisfaisantes ■ Peu satisfaisantes ■ Moyennes ■ Satisfaisantes ■ Très satisfaisantes

La LNR avait mis en place deux types d'animations à proximité directe du Groupama Stadium :

- Une Fan Zone sur le parvis du stade.
- Une Bodega au sein de la LDLC Arena

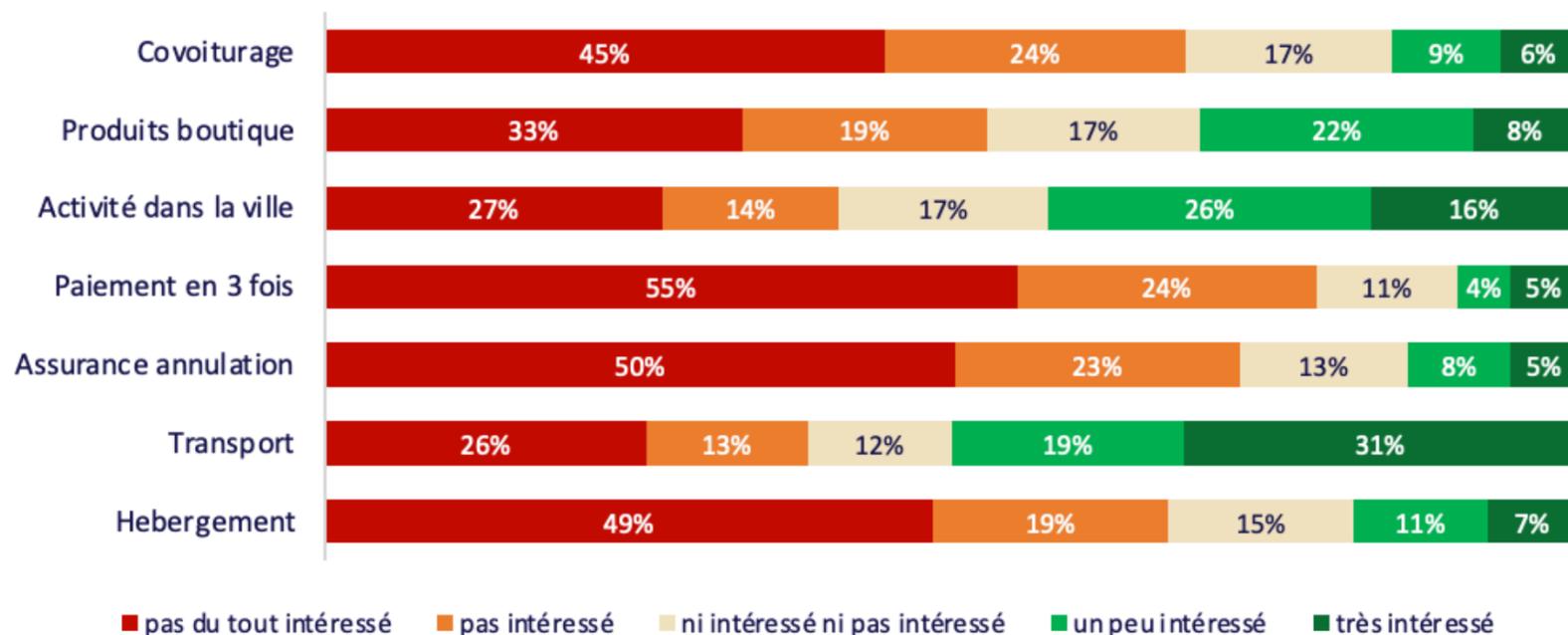
L'étude qualitative laisse apparaître que **50% des répondants se sont rendus à l'une et/ou l'autre des animations**. 24% ont fréquenté uniquement la Fan Zone, 12% se sont rendus uniquement à la LDLC Arena et 14% ont profité des deux espaces d'animation. Notons qu'un peu plus de **30% des spectateurs ne savaient pas qu'il existait une Fan Zone**, signe que la communication peut encore être améliorée sur ce plan.

Ces deux animations semblent avoir été particulièrement appréciées : plus de **77% des spectateurs les ayant fréquentés indiquent avoir été satisfaits ou très satisfaits** de ce qui y a été proposé. La part de personnes n'étant pas satisfaites s'avère minime (moins de 4%).

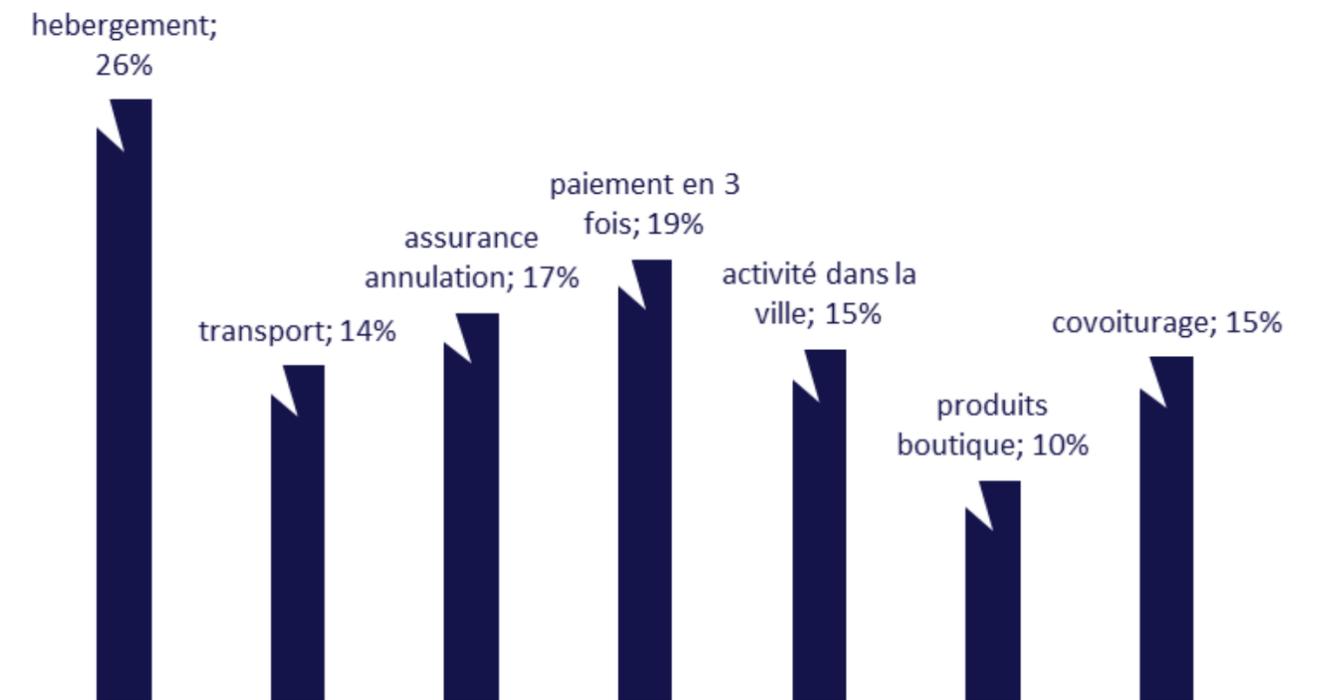
ENQUÊTE DE SATISFACTION

DES SERVICES ANNEXES PROPOSÉS PAR LA LNR DIVERSEMENT CONNUS MAIS QUI SUSCITENT UN INTÉRÊT LIMITÉ

Les **services annexes** à la vente de billets proposés par la LNR semblent **relativement bien connus** des spectateurs. Seul le service concernant la plateforme d'hébergement semble encore mal appréhendé avec 26% des spectateurs non-résidents du territoire hôte qui ne le connaissent pas.



Part de spectateurs ne connaissant pas les services proposés par la LNR



Ces services annexes proposés par la LNR semblent susciter un intérêt des fans plutôt mesuré.

Parmi les marques d'intérêt, le service de transport est celui qui recueille le plus d'intérêt : 50% se déclarent intéressés ou très intéressés par ce service. Cela va sûrement de pair avec les difficultés qui ont pu être rencontrées par les fans en termes d'accessibilité au Groupama Stadium.



ANNEXE MÉTHODOLOGIQUE

MÉTHODOLOGIE

IMPACT ÉCONOMIQUE

L'impact économique d'un évènement sportif se définit comme le **surcroît de richesse que celui-ci génère sur un territoire donné**. Il se mesure de façon contrefactuelle par la comparaison de deux états de l'économie : l'un, théorique, sans l'évènement ; l'autre, réel, avec l'évènement. Mesurer un tel écart implique donc de raisonner en termes d'**injection nette** et non de chiffre d'affaires.

Évaluer l'impact économique vise donc à mesurer la capacité d'un évènement à attirer des financements/des spectateurs externes au territoire hôte et à les dépenser/faire dépenser localement.



TERRITOIRE DE RÉFÉRENCE

L'impact économique d'un évènement n'a de sens qu'en **référence à un territoire précisément délimité**.

Pour notre étude, nous avons retenu le territoire de **la Métropole de Lyon**.

Il s'agit en effet d'une aire géographique économiquement intégrée qui inclut les principaux facteurs de production et de distribution et qui possède ainsi un certain degré d'autonomie.



TEMPORALITÉ

L'étude réalisée pour le compte de la LNR a été menée en vue d'évaluer l'**impact économique de court terme** des demi-finales du TOP 14.

Seule la période entourant l'évènement lui-même a été considérée afin de ne privilégier que les dépenses strictement en lien avec le déroulement des demi-finales.



MÉTHODOLOGIE

MODÈLE THÉORIQUE

Nous avons opté pour **la théorie de la base** dans sa **version keynésienne**.

Cette théorie vise à mesurer les effets du choc externe de demande généré par l'organisation des demi-finales du TOP 14 au Groupama Stadium profitant à des acteurs locaux, c'est-à-dire domiciliés au sein de la Métropole de Lyon.

SOURCES D'INJECTION

Dépenses d'organisation réalisées par la LNR et l'Olympique Lyonnais (en tant qu'exploitant du Groupama Stadium) afin d'organiser l'évènement.

Dépenses des visiteurs extérieurs au territoire d'étude venus au sein de la Métropole de Lyon dans l'objectif principal d'assister et/ou de contribuer à l'organisation des demi-finales du TOP 14 : spectateurs ; délégations des équipes demi-finalistes, officiels, prestataires, fournisseurs.

MÉTHODOLOGIE

IMPACT ORGANISATION

Les données ont été collectées auprès des équipes de la LNR en charge de l'organisation des phases finales. En tant qu'organisatrice, la LNR est en effet en charge de la collecte des revenus et engage la plupart des dépenses.

Des recherches ont également été menées auprès des équipes de l'Olympique Lyonnais, exploitant du Groupama Stadium, qui a contribué à l'organisation de l'évènement.

IMPACT VISITEURS

Nous avons pu récupérer l'ensemble des données d'affluence des deux rencontres (billets unitaires sur l'un et/ou l'autre des rencontres ; pack pour les deux rencontres) auprès de la LNR ainsi que la répartition entre les différentes catégories de spectateurs (grand-public, hospitalités, CSE d'entreprises).

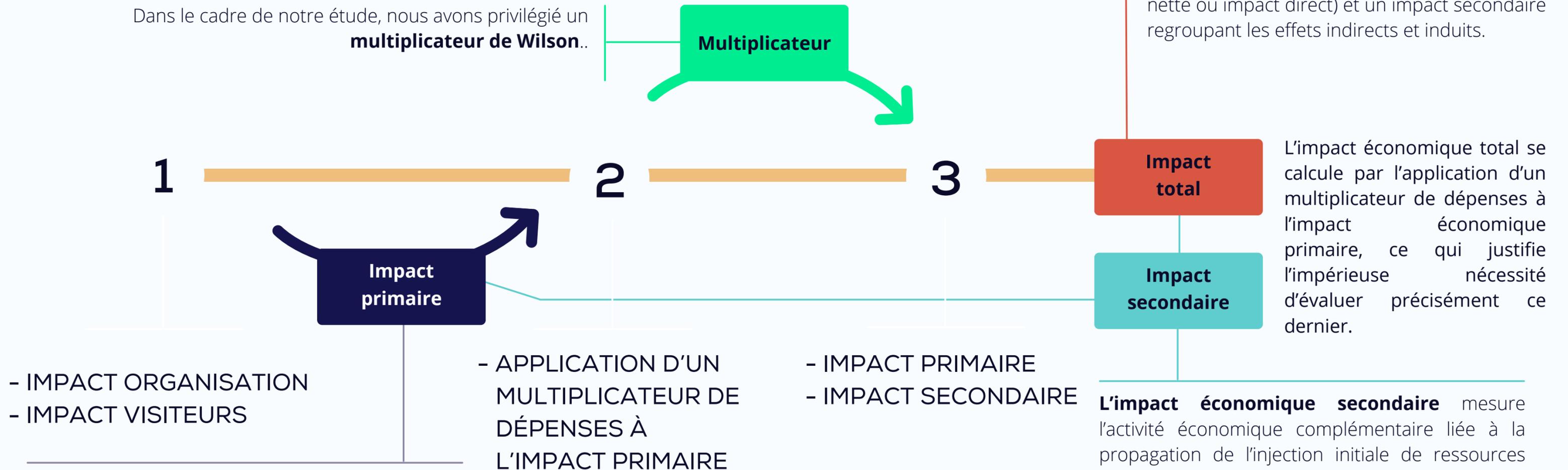
Les dépenses des spectateurs ont été évaluées sur la base d'un questionnaire adressé la semaine suivant les demi-finales par la LNR aux acquéreurs de billets. Ce fichier client a été complété d'adresses mails collectées en jour de match par les équipes du CDES afin d'être certain de contacter les personnes réellement présentes au stade. Nous avons ainsi pu collecter 3 435 réponses utiles par le biais de cette enquête électronique.

Enfin nous avons recomposé l'impact de la population « accrédités » à partir d'informations transmises par la LNR, d'hypothèses de travail issues de nos nombreux travaux sur le sujet et grâce à la contribution des quatre clubs qualifiés.

MÉTHODOLOGIE

MODALITÉS DE CALCUL DE L'IMPACT TOTAL

Dans le cadre de notre étude, nous avons privilégié un **multiplicateur de Wilson**.



- IMPACT ORGANISATION
- IMPACT VISITEURS

L'impact économique primaire mesure la stimulation de l'économie territoriale résultant du choc de demande initialement produit du fait de l'organisation des demi-finales du TOP 14 : achats de biens et services pour l'organisation de l'évènement ; dépenses de visiteurs venus assister aux rencontres.

- APPLICATION D'UN MULTIPLICATEUR DE DÉPENSES À L'IMPACT PRIMAIRE

- IMPACT PRIMAIRE
- IMPACT SECONDAIRE

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.

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, ce qui justifie l'impérieuse nécessité d'évaluer précisément ce dernier.

IMPACT PRIMAIRE - ORGANISATION

L'impact primaire organisation mesure le surcroît de richesse engendré par l'organisation des demi-finales du TOP 14 au sein de l'économie locale en comparaison d'un état (hypothétique) de l'économie sans l'évènement. Il s'agit de mesurer la capacité des organisateurs de l'évènement à **attirer des revenus extérieurs au territoire** et leur propension à **les dépenser localement**.

La LNR et l'Olympique Lyonnais, en tant qu'organisateur associés de l'évènement, collectent ainsi des revenus externes au territoire de la Métropole de Lyon (billetterie, prestations d'hospitalités, etc.) et font appel à un certain nombre de prestataires et de fournisseurs (achats de biens et services) pour les accompagner dans la livraison de l'évènement.

MESURE DE L'IMPACT

La mesure de l'impact organisation se fait de façon progressive :

Il faut dans un premier temps établir le **montant total de l'ensemble des dépenses** liées à l'évènement et les **répartir entre dépenses locales** (réalisées auprès de parties prenantes domiciliées au sein de la Métropole de Lyon) et **dépenses externes** (réalisées auprès de parties prenantes domiciliées ailleurs en France ou à l'étranger).

Il faut ensuite réaliser la même analyse concernant les revenus de l'évènement afin d'identifier les **revenus externes** (collectés auprès d'acteurs non domiciliés au sein de la Métropole de Lyon) et les **revenus internes** (provenant d'acteurs lyonnais).

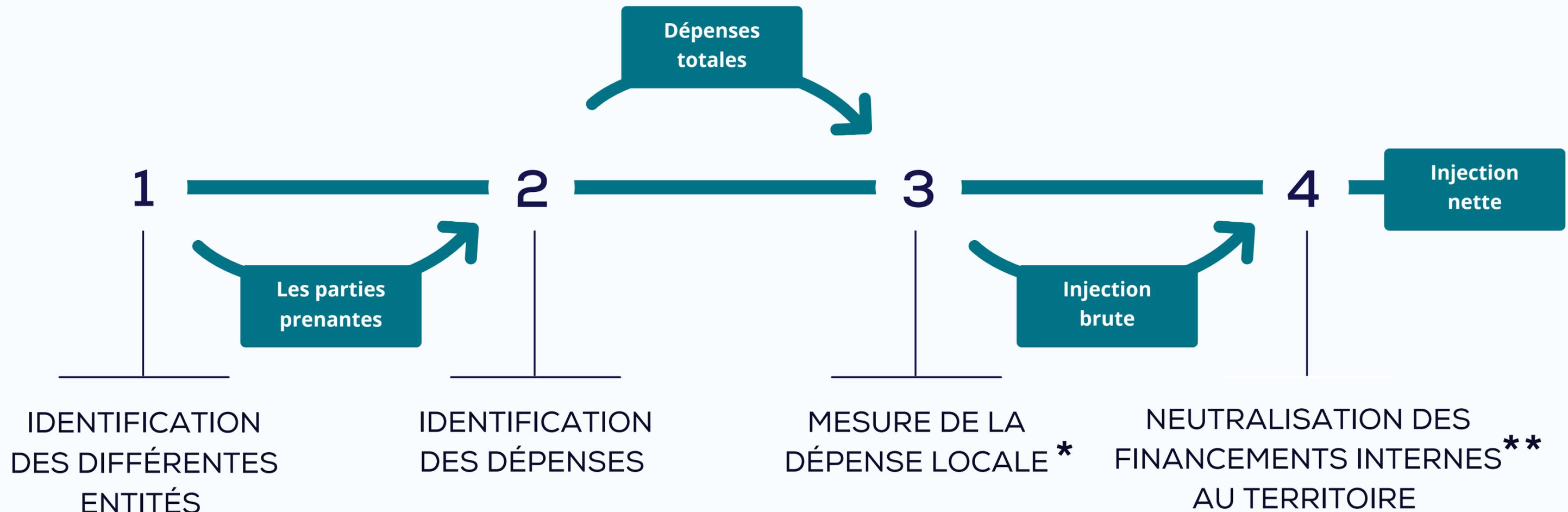
Cela permet ainsi d'**évaluer les injections brutes** au sein du territoire, c'est-à-dire le montant des dépenses locales financées à l'aide de revenus externes, et **les fuites hors territoire**, c'est-à-dire le montant des dépenses externes financées à l'aide de revenus locaux.

Enfin, l'**impact primaire organisation** s'établit comme la **différence entre l'injection brute et les fuites**.



IMPACT PRIMAIRE - ORGANISATION

PROCESSUS D'ÉVALUATION DE L'IMPACT



* Afin de tenir compte des **fuites** hors territoire : le recours à des prestataires extérieurs rémunérés grâce à une partie de revenus d'agents locaux constitue une fuite hors circuit économique local. La part de dépenses extérieures au territoire de référence ayant fait l'objet d'un financement par des revenus locaux doit ainsi être déduite.

** Au titre de l'**effet de substitution** : les financements locaux sont neutralisés dans la mesure où, s'ils n'avaient pas été destinés à l'évènement, ils auraient été utilisés dans un autre secteur de l'économie locale. Pour mesurer l'**injection nette**, on ne retient donc que la part de la dépense locale qui est financée sur fonds externes au territoire, de laquelle est déduite la part de dépenses externe financée sur des fonds internes au territoire.



IMPACT PRIMAIRE - VISITEURS

L'impact primaire visiteurs mesure le surcroît de richesse engendré par les **dépenses réalisées localement** par des **personnes ne résidant pas le territoire de la Métropole de Lyon venues spécifiquement** assister à l'une et/ou l'autre des deux rencontres des demi-finales 2025.

Deux catégories de visiteurs ont été identifiées :

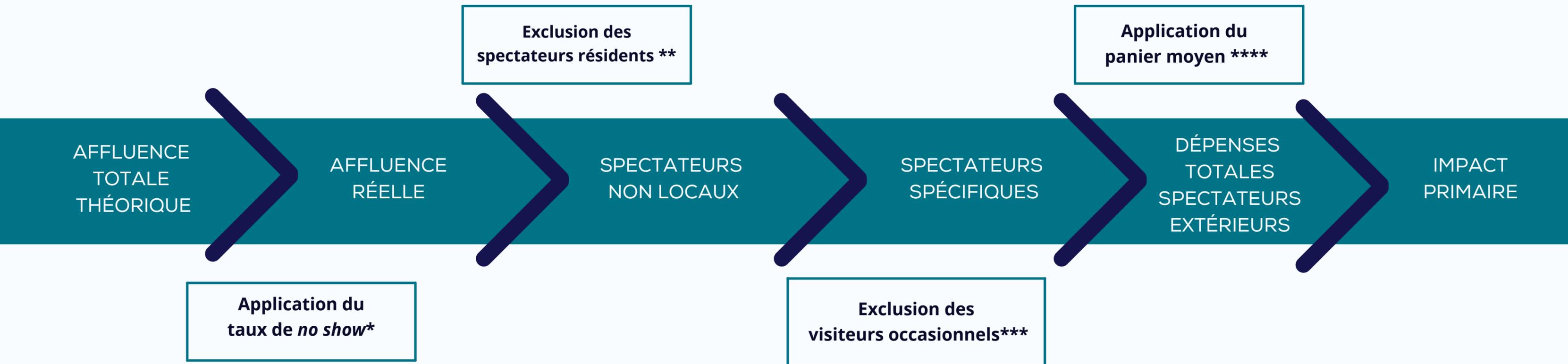
- Les **spectateurs** : personnes venues assister aux demi-finales du TOP 14 ne résidant pas au sein de l'une des communes de la Métropole de Lyon.
- Les **personnes accréditées** et en particulier les délégations des quatre équipes demi-finalistes (Aviron Bayonnais, Rugby Club Toulonnais, Stade Toulousain, Union Bordeaux-Bègles) mais aussi les personnes contribuant à l'organisation des rencontres (prestataires, fournisseurs, presse, officiels, etc.)

L'évaluation de l'impact lié à la fréquentation de visiteurs extérieurs se fait de façon progressive :

- Il faut dans un premier temps **évaluer le nombre total de personnes** ayant effectivement assisté aux demi-finales du TOP 14 (déduction faite du no-show).
- Il faut ensuite **exclure les personnes résidant au sein de la Métropole de Lyon** mais aussi **les non-résidents dont la venue n'est pas directement liée à l'évènement** (que l'on qualifie de spectateurs occasionnels).
- Il faut enfin **évaluer leurs dépenses locales**, ce qui a été fait grâce aux données collectées par enquête électronique.

IMPACT PRIMAIRE - SPECTATEURS

PROCESSUS D'ÉVALUATION DE L'IMPACT



* **No show** : spectateurs disposant d'une place pour une rencontre, comptabilisés par la Ligue Nationale de Rugby sur les feuilles de recettes mais ne se déplaçant pas pour le match. pour quelque raison que ce soit (maladie, indisponibilité, etc.). Ce taux est habituellement très faible sur un événement tel que les demi-finales du TOP 14.

** **Spectateurs résidents** : les dépenses des spectateurs résidents doivent être retirées du calcul d'impact économique au titre de l'effet de substitution, car selon la théorie économique, s'ils n'avaient pas effectué leurs dépenses dans le cadre des demi-finales du TOP 14, ils auraient dépensé localement pour d'autres raisons et/ou dans d'autres secteurs

*** **Au titre d'un effet d'opportunité** : les dépenses des spectateurs ayant profité d'un séjour à Lyon pour d'autres raisons que les demi-finales (raisons familiales, motifs professionnels, vacances) et ayant assisté à l'évènement de façon non planifiée ne doivent pas être comptabilisées dans le calcul d'impact.

**** **Afin d'éviter un double compte** : les dépenses des spectateurs extérieurs au territoire de la Métropole de Lyon intégrées dans les comptes de l'évènement (dépenses de restauration, boutique) doivent être déduites.

IMPACT PRIMAIRE - ACCRÉDITÉS

PROCESSUS D'ÉVALUATION DE L'IMPACT

Outre les spectateurs, d'autres visiteurs extérieurs à la Métropole de Lyon peuvent venir spécifiquement dans le cadre des demi-finales du TOP 14. C'est notamment le cas :

- Des **équipes demi-finalistes** ;
- Des **personnes accréditées** : prestataires de la LNR et/ou de l'Olympique Lyonnais, officiels, médias couvrant l'évènement, etc.

Les dépenses des personnes accréditées ont été évaluées de deux façons :

- Les **dépenses des équipes demi-finalistes** ont été collectées auprès des clubs participants.
- Les **dépenses des autres personnes accréditées** ont été estimées en privilégiant des hypothèses conservatrices.



LE CDES

QUI SOMMES NOUS ?

LE CDES

“ *Un ancrage universitaire et un engagement auprès du secteur du sport* ”

Par le profil de nos membres et nos nombreuses missions d'accompagnement d'acteurs du mouvement sportif, nous possédons une équipe complémentaire et pluridisciplinaire, habituée à travailler avec le monde fédéral et disposant d'une expérience importante dans la réalisation de questionnaires et l'analyse des politiques sportives.

Depuis sa création en 1978, les travaux du Centre de Droit et d'Économie du Sport s'inscrivent dans une approche résolument pluridisciplinaire qui en fait toute son originalité et toute sa force.

S'attachant à concilier rigueur universitaire et immersion dans la réalité quotidienne du sport, il a développé de nombreuses activités : l'Expertise, la Formation et des Publications, qui en font une véritable référence dans le secteur Sport.

Connaissance fine du secteur sport et de ses acteurs institutionnels.

Forte expertise dans l'analyse territoriale du sport.

Regard original et unique sur les questions sportives grâce à une approche pluridisciplinaire et à un ancrage universitaire.

RÉFÉRENCES ÉTUDES ÉCONOMIQUES

MOUVEMENT SPORTIF FRANÇAIS



MOUVEMENT SPORTIF INTERNATIONAL



ENTREPRISES PRIVÉES



ADMINISTRATION PUBLIQUE ET COLLECTIVITÉS TERRITORIALES





ÉTUDE RÉALISÉE PAR LE CDES

CONTACTS : LEPETIT CHRISTOPHE
lepetit@cdes.fr

MUNET-PÉRICARD CATHERINE
mounet-pericard@cdes.fr