CDES Centre de Droit et d'Economie du Sport

PRÉSENTENT

keneo sport solutions

ÉTUDE SUR L'IMPACT ÉCONOMIQUE de l'EURO 2016

OBSERVATOIRE DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

MINISTÈRE DE LA VILLE, DE LA JEUNESSE ET DES SPORTS

SOMMAIRE

IMPACT ECONOMIQUE DE L'UEFA EURO 2016™

INTRODUCTION 1

CHAPITRE 1 : PREALABLES METHODOLOGIQUES 5

1. CADRAGE CONCEPTUEL 7
- *1.1 Définition de la notion d'impact économique 8*
- *1.2 Les obstacles majeurs 9*
- *1.3 Le multiplicateur keynésien 12*

2. MODALITES DE CALCUL DE L'IMPACT ECONOMIQUE PRIMAIRE 22
- *2.1 Dépenses d'organisation 23*
- *2.2 Dépenses touristiques 25*
- *2.3 Effet d'éviction 27*

CHAPITRE 2 : CALCUL DE L'IMPACT ECONOMIQUE PRIMAIRE DE L'EURO 2016 29

1. IMPACT ORGANISATION 31
- *1.1 Dépenses d'organisation de la compétition 32*
- *1.2 Dépenses des personnes accréditées 38*
- *1.3 Dépenses d'activation des partenaires commerciaux 41*
- *1.4 Synthèse impact primaire « Organisation » 42*

2. IMPACT TOURISTIQUE 43
- *2.1 Dépenses spectateurs grand public 43*
- *2.2 Dépenses spectateurs « hospitalités » 50*
- *2.3 Effet d'éviction 52*
- *2.4 Synthèse impact primaire touristique 55*

MINISTÈRE DE LA VILLE, DE LA JEUNESSE ET DES SPORTS

OBSERVATOIRE DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

CHAPITRE 3 : CALCUL DE L'IMPACT TOTAL DE L'EURO 2016 ...57

1. IMPACT ECONOMIQUE TOTAL 59

1.1 Impact économique primaire 59

1.2 Impact économique total 60

2. LES EFFETS DE L'EURO 2016 SUR L'EMPLOI EN FRANCE 61

2.1 Méthode de calcul 61

2.2 Synthèse sur l'emploi 62

3. APPROCHE FISCALE 64

3.1 Recettes TVA 64

3.2 Taxes de séjour 65

3.3 Taxes d'aéroport 65

CONCLUSION 67

LISTE DES ANNEXES 75

BIBLIOGRAPHIE 95

INTRODUCTION

IMPACT ECONOMIQUE DE L'UEFA EURO 2016™

Le Championnat d'Europe de football est un événement sportif de très grande envergure souvent placé par les experts du secteur, du fait de son audience et de l'économie qu'il génère, au 3ème rang mondial derrière les Jeux Olympiques d'été et la Coupe du Monde de football. Les indicateurs d'audience de l'UEFA Euro 2016™ sont en effet particulièrement impressionnants : 51 rencontres suivies par près de 2,5 millions de spectateurs dans les stades, 4 millions dans les fan zones officielles et vues à la télévision dans 230 zones de diffusion dans le monde par 150 millions de téléspectateurs en moyenne à chaque match[1]. D'un point de vue économique, la compétition se situe également parmi les événements les plus importants avec un budget opérationnel de recettes de l'ordre de 2 milliards d'euros.

Pour accueillir cette compétition pour la 3ème fois de son Histoire (après 1960 et 1984), La France a dû investir dans la remise à niveau d'une large partie de ses stades afin de les hisser aux meilleurs standards européens, mettre en place les fans-zones officielles et assurer la sécurité des différents spectateurs, dans un contexte difficile marqué par le retentissement de la crise financière et la situation créée par les attentats ayant frappé l'Europe dans les mois précédents la compétition. Partie prenante de sa politique d'attractivité, la France s'est dotée d'une fiscalité incitative[2] pour développer l'accueil de grands événements sportifs sur son territoire, en ciblant notamment, les événements recelant des *« retombées économiques exceptionnelles.* »

Dans ce cadre, sous l'égide de Patrick Kanner, Ministre de la Ville, de la Jeunesse et des Sports, et de Thierry Braillard, Secrétaire d'Etat aux Sports, l'observatoire de l'économie du sport du Ministère de la Ville, de la Jeunesse et des Sports (MJVS) a été mandaté pour superviser une étude de l'impact l'UEFA Euro 2016™ sur l'économie nationale. Confiée au consortium composé du Centre de Droit et d'Economie du Sport (CDES) de Limoges et au cabinet KENEO, celle-ci a été menée sous la direction d'un comité de pilotage regroupant de nombreux experts et parties prenantes de l'organisation, dont la composition précise figure dans l'annexe 1[3].

[1] Soit une audience moyenne supérieure à celle du SuperBowl, la finale du Championnat de football américain organisée par la National Football League.
[2] Décret n°2015-910 du 23 juillet 2015 fixant la liste des compétitions sportives internationales organisées en France bénéficiaires du régime fiscal prévu à l'article 1655 septies du code général des impôts.
[3] MJVS, DIGES, Observatoire de l'économie du sport, DG Trésor, DG Entreprises, INSEE, Euro 2016 SAS, club des sites. Voir la composition complète en Annexe 1.

En guise d'introduction, il nous semblait important de revenir sur les nombreuses polémiques déclenchées quant à l'évaluation de l'impact économique des GESI sur les territoires d'accueil. Les points les plus importants à l'origine de ces controverses peuvent se regrouper en trois ensembles :

- la définition même de la notion d'impact économique ;
- le choix du territoire de référence de l'étude ;
- la question du cycle de vie de l'événement sportif.

• Qu'entend-t-on par impact économique ?

Il y a tout d'abord le problème de la définition et de la mesure de ce que l'on appelle « impact économique ». Très souvent, l'impact économique est confondu avec le poids économique de l'événement. C'est le cas par exemple quand on assimile la valeur ajoutée au chiffre d'affaires comme unité de mesure de l'impact. Cette confusion débouche sur une surévaluation considérable de l'impact réel de l'événement. L'impact économique se définit en effet comme l'augmentation, liée à un événement ou projet particulier, de la valeur ajoutée ou de l'emploi sur un territoire donné. Il est donc mesuré par la comparaison de deux situations : avec ou sans la réalisation de l'événement. De plus, de multiples erreurs méthodologiques entachent souvent le calcul effectué par les cabinets mandatés pour mener ce type de travaux. Comme précédemment, cela conduit généralement à une surestimation des retombées économiques. Nous reviendrons de façon plus détaillée sur ce concept dans le premier chapitre de l'étude.

• L'importance du territoire de référence

Il y a ensuite la question du choix du territoire d'étude. Le calcul de l'impact économique d'un spectacle sportif n'a de sens qu'en référence à un territoire donné. Le problème est alors de savoir à quel niveau territorial il est pertinent de se placer pour évaluer un tel impact. En effet, l'impact économique repose sur une relation entre un territoire d'accueil et l'extérieur. Ce sont les flux financiers d'origine externe qu'il s'agit de maximiser puis de retenir, c'est-à-dire minimiser les fuites hors territoire, pour qu'ils profitent aux agents internes. Voilà pourquoi le choix d'un découpage territorial n'est pas neutre. Il influence la nature des variables retenues dans le modèle. Par exemple, si on augmente la taille du territoire (en passant des limites administratives d'une Région à celle d'un Etat), des flux financiers externes deviennent internes et ne sont plus à prendre en compte comme des injections. Selon l'importance de l'événement, il est d'usage de distinguer des grands territoires et des petits territoires. Pour un grand événement sportif, on peut mesurer son impact sur le territoire national même si, le plus souvent, un tel impact est faible comparé à la richesse produite mesurée à travers le produit intérieur brut (PIB). Ces événements ne constituent pas un choc exogène significatif de croissance pour des économies nationales.

Pour cette étude sur l'UEFA Euro 2016™, le cahier des charges élaboré par le Ministère de la Ville, de la Jeunesse et des Sports était très clair : « *l'étude a pour objet d'évaluer l'impact économique de l'UEFA Euro 2016™ au plan national. Aucune estimation à une échelle infra-territoriale (villes, territoires, départements ou régions) n'est envisagée.* » Dans le cas d'un événement multi-sites comme l'UEFA Euro 2016™, on aurait pu considérer comme intéressant un calcul d'impact au niveau des villes d'accueil. En effet, à cet échelon territorial, l'UEFA Euro 2016™ peut avoir un impact significatif dans une perspective de développement local. Le spectacle sportif est une activité qualifiée de « basique »[4] qui permet l'injection de revenus au sein du territoire d'accueil. Par effet de multiplication, il y a création de valeur ajoutée et d'emplois. Ce n'est pas cette option qui a été retenue avec le choix du territoire national. Il apparaît ainsi que le calcul d'impact économique de court terme au niveau national s'inscrit plus dans une logique d'analyse de rentabilité des investissements consentis pour l'organisation de l'événement. L'Etat souhaitait ainsi réaliser une évaluation fiable de l'impact économique entendu au sens d'impact de l'attraction de flux financiers étrangers sur le territoire national. Il suffira ensuite de comparer cet impact de l'événement au montant des ressources publiques engagées pour son organisation. Nous obtiendrons ainsi une mesure de l'efficacité de l'investissement en cas de différence positive. Cela ne donne pas totalement la clef de la légitimité de l'organisation en termes de choix alternatifs et de coût d'opportunité. Néanmoins cet argument sera particulièrement utile aux différents acteurs afin de poursuivre et améliorer une politique nationale d'accueil de grands événements sportifs internationaux à la fois ambitieuse et utile au développement du territoire.

- **Cycle de vie de l'événement sportif**

Il y a enfin la question de la prise en compte du cycle de vie de l'événement. Tout événement sportif se caractérise par un cycle de vie complet constitué de trois phases : préparation ; déroulement ; héritage. La durée de ces trois phases dépend de l'ampleur de l'événement. Pour un événement tel que les Jeux Olympiques, il est courant de retenir un cycle d'une vingtaine d'années. D'un point de vue qualitatif, ces trois phases, tout en étant interdépendantes, présentent des spécificités compte tenu de la nature des actions engagées et de leur impact :

- dans la phase de préparation, l'impact provient essentiellement des opérations d'investissement liées à l'événement avec la construction d'infrastructures sportives (stades) et non sportives (infrastructures de transport, …). L'impact économique peut alors être très important si l'événement nécessite la mise en place de nombreuses infrastructures financées en tout ou partie par des agents extérieurs au territoire de référence ;
- dans la phase de déroulement à court terme, l'impact se fera essentiellement par le biais des dépenses d'organisation (budget propre de l'événement) et des dépenses des visiteurs ;
- dans la phase d'héritage, il s'agit d'évaluer quelle trace l'événement va laisser sur le territoire d'accueil et quel peut être son impact de long terme sur le développement du territoire.

Répondant à la commande passée par le Ministère de la Ville, de la Jeunesse et des Sports, la présente étude vise à apporter une mesure de l'impact économique de court terme de l'UEFA Euro 2016™. Les multiples autres impacts (social, médiatique ou environnemental par exemple) sont donc exclus du champ de l'analyse. Le Ministère indique également que « *la démarche proposée devra être conforme aux bonnes pratiques en matière d'études d'impact économique de court terme. Elle devra notamment prendre en compte les spécifications du guide méthodologique publié en 2012 par la DGE.* » Dans ce guide, il est rappelé que les

[4] Au sens de la théorie de la base.

effets de plus long terme sont multiples et plus complexes à analyser. A l'inverse, l'analyse de l'impact économique de court terme peut s'appuyer sur des méthodes plus éprouvées.

Au final, on peut donc admettre que le calcul d'impact économique de court terme est le plus fiable. D'une part, on élimine le risque de surévaluation avec des hypothèses plus ou moins ambigües dans le cas du calcul *ex-ante*. D'autre part, on évite un calcul très difficile dû à la présence d'externalités dans le cas de l'évaluation de l'héritage. Nous voyons également deux autres avantages au calcul de court terme :

- il permettra de comparer résultats *ex-post* et résultats *ex-ante*, le CDES ayant conduit une telle étude pour le compte de l'UEFA en 2014[5] ;
- il permettra de mettre en avant ce qu'un pays peut attendre de l'accueil d'un grand événement sportif. L'impact économique de court terme calculé de manière robuste peut contribuer à démontrer de façon efficace auprès de l'opinion publique l'intérêt de préparer l'accueil de futurs grands événements sportifs sur des bases beaucoup plus sereines.

En résumé, l'impact économique de l'UEFA Euro 2016™ tel que défini par le commanditaire devrait présenter moins de difficultés de calcul par rapport à des définitions plus sophistiquées incluant par exemple la question de l'héritage. Cette définition permet en outre de répondre à la demande du Ministère de voir adapter une méthode harmonisée qui pourrait être réutilisée pour l'étude d'autres événements, ce qui permettrait d'effectuer des comparaisons fiables des résultats. Des résultats obtenus avec les mêmes outils de calcul seraient en effet comparables, ce qui n'est pas le cas actuellement en raison de méthodologies variées. Dans cette double perspective analytique, nous structurons notre rapport en trois chapitres :

- **un premier chapitre** présente les difficultés méthodologiques à surmonter dans la définition des concepts et dans la collecte de l'information pour obtenir une mesure crédible de l'impact de l'UEFA Euro 2016™;
- **un deuxième chapitre** présente en toute transparence les modalités du calcul d'impact économique primaire, que ce soit l'impact organisation ou l'impact tourisme ;
- **un troisième chapitre** présente le calcul de l'impact économique total tant sur le plan économique (valeur ajoutée) que sur le volet de l'activité générée ou des recettes fiscales additionnelles liées à la compétition.

[5] http://www.cdes.fr/expertise/economie-sport/nos-r-f-rences/etude-dimpact-luefa-euro-2016

CHAPITRE 1

PREALABLES METHODOLOGIQUES

1. CADRAGE CONCEPTUEL

2. MODALITES DE CALCUL DE L'IMPACT ECONOMIQUE PRIMAIRE

MINISTÈRE DE LA VILLE, DE LA JEUNESSE ET DES SPORTS

OBSERVATOIRE DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

Ce premier chapitre a pour objectif de **présenter de façon détaillée l'approche méthodologique globale** que nous avons adoptée afin de mesurer l'impact économique national de court terme de l'UEFA Euro 2016™. Ceci sera fait en deux temps :

- un cadrage conceptuel à effectuer afin de présenter le modèle que nous avons retenu et les difficultés méthodologiques majeures que nous avons dû dépasser ;
- la présentation des modalités de collecte de l'information. La qualité de l'évaluation de l'impact dépend en grande partie de la capacité à mobiliser une information qui n'était pas disponible immédiatement et demandait donc une collecte spécifique.

1. Cadrage conceptuel

L'impact économique des grands événements sportifs et sa mesure sont soumis à de nombreuses critiques de la part de l'opinion publique et sujets de controverses scientifiques. La plupart des études menées sur ce thème se traduisent en effet encore trop souvent par une surévaluation considérable de l'impact. Trois points méritent d'être abordés d'un point de vue conceptuel :

- la définition de la notion d'impact économique ;
- une présentation des principales erreurs méthodologiques qui contribuent à fausser le calcul d'impact ;
- une discussion sur le type et la valeur du multiplicateur à retenir.

MINISTÈRE DE LA VILLE, DE LA JEUNESSE ET DES SPORTS
OBSERVATOIRE DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

1.1 Définition de la notion d'impact économique

De nombreuses études d'impact économique de grands événements sportifs se caractérisent par une définition approximative de ce concept. Elles parlent plus volontiers de « retombées économiques » et débouchent souvent sur une surestimation considérable de l'impact réel. Il convient donc d'apporter en premier lieu une définition correcte de ce que l'on entend par impact économique.

Comme le rappelle le guide méthodologique établi par la Direction Générale des Entreprises[6], « *calculer un impact consiste à mesurer un différentiel, un écart entre deux situations : avec et sans l'événement.* » En effet, la seule solution valide théoriquement consiste à mesurer l'impact d'un événement sur un territoire donné en référence à la situation dans laquelle l'événement n'aurait pas lieu.

Il s'agit donc d'évaluer le montant net de ce que l'événement a rapporté en plus au territoire par rapport à la situation hypothétique où cet événement n'aurait pas eu lieu ou s'il avait eu lieu ailleurs. Un tel calcul est bien sûr complexe puisqu'il repose sur un certain nombre d'hypothèses qualifiant la situation de l'économie du territoire en l'absence de l'événement sportif. Cela implique deux étapes dans le calcul :

- **Première étape** : un état des lieux de l'économie du territoire retenu en l'absence de l'événement. Il s'agit en effet d'essayer de quantifier ce qu'il se serait passé dans l'économie locale si l'événement n'avait pas eu lieu. C'est à ce niveau que des hypothèses sont nécessaires en particulier pour déterminer la responsabilité de l'événement sportif dans la mise en œuvre d'un certain nombre d'actions. Par exemple, le coût de tel ou tel équipement dont le principe de construction avait été décidé avant la tenue de l'événement n'a pas à être intégré dans le calcul d'impact. Il en est de même pour la décision de venue en France de touristes étrangers qui n'est pas nécessairement uniquement attribuable à l'UEFA Euro 2016™. Tous ces exemples montrent qu'il existe en permanence un risque de surévaluation de l'impact d'un événement sportif en lui attribuant des apports économiques dont il n'est pas responsable. Le principe général est donc d'exclure du calcul toutes les dépenses d'investissement ou de consommation qui étaient déjà programmées par les acteurs, même en l'absence de l'événement sportif sujet du calcul d'impact. Nous préciserons tout cela ultérieurement.

[6] Eric Maurence Consultants pour le ministère de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique, DGE.

- **Deuxième étape** : un calcul de ce que l'événement peut rapporter en termes d'accroissement net, c'est-à-dire en plus par rapport à la situation précédente. L'impact doit ainsi toujours se mesurer en termes de valeur ajoutée et non pas en termes de chiffre d'affaires. C'est tout l'enjeu d'une prise en compte correcte des fuites hors circuit national (importations, paiement de prestataires extérieurs au territoire de référence) pour éviter là encore des surévaluations considérables de l'impact réel que l'on constate dans de nombreuses études.

  Dans le même sens, parmi les dépenses retenues, il ne faut compter que la part qui bénéficie d'un financement extérieur. Dans le cas d'un financement national, l'effet de substitution joue : il ne s'agit que d'une simple redistribution d'euros nationaux qui ne se rajoutent pas à l'économie. De la même façon, pour les dépenses de consommation, ne seront prises en compte que celles émanant des personnes résidant en dehors du territoire de référence.

On comprend dans ces conditions les multiples difficultés d'évaluation mais également les nombreuses erreurs qui sont commises du fait d'une définition incorrecte de la notion d'impact. Ce sont des obstacles majeurs à une évaluation correcte de l'impact qu'il va falloir essayer de traiter au mieux sous peine d'une surévaluation considérable de l'impact effectif.

1.2 Les obstacles majeurs

La surestimation constatée dans de nombreuses études d'impact économique de grands événements sportifs provient d'erreurs méthodologiques fréquemment commises. Nous listons ici les principales erreurs à éviter dans ce type d'exercice. Celles-ci vont de la non-prise en compte de certains effets (substitution, éviction), à l'oubli de la déduction de fuites hors territoire d'étude, en passant par d'autres erreurs (doubles-comptes, déplacements temporels de dépenses).

a) Effets de substitution

Les effets de substitution concernent les dépenses des acteurs du territoire de référence (habitants, entreprises, Etat, collectivités territoriale) mais aussi par certains visiteurs étrangers que l'on qualifiera « d'occasionnels ». Ils peuvent concerner des opérations de consommation ou d'investissement.

- par exemple, il n'est pas légitime de retenir, au titre de l'impact, les dépenses des acteurs appartenant au territoire d'étude. En l'absence de l'événement, ils auraient dépensé ces montants dans d'autres secteurs d'activité ;
- de la même façon, parmi les dépenses retenues en matière d'organisation, il ne faut compter que celles qui bénéficient d'un financement externe au territoire retenu. Dans le cas d'un financement interne, l'effet substitution joue comme simple redistribution d'euros et non comme valeur additionnelle créée ;

- l'effet substitution joue également dans le cas de visiteurs occasionnels, c'est-à-dire des résidents étrangers qui avaient décidé de venir en France pour d'autres motifs que d'assister à des matchs de l'UEFA Euro 2016™ et qui ont profité de leur présence en France pour s'y rendre. Ces personnes auraient effectué des dépenses en France même en l'absence de l'événement. Il ne faut donc pas les retenir dans le calcul d'impact économique ;
- il y a enfin les transferts temporels de dépenses : il s'agit de l'intégration de certaines dépenses de touristes qui ont décalé leur visite pour profiter de l'UEFA Euro 2016™ mais qui seraient venus de toute façon à un autre moment. Il n'y a donc pas lieu de retenir leur dépense dans le calcul d'impact.

b) Effets d'éviction

Sur le plan de la fréquentation touristique, des visiteurs peuvent avoir été dissuadés de venir sur le territoire d'accueil par crainte de la saturation, de l'augmentation des prix dans la restauration ou l'hébergement ou de nuisances diverses en lien avec l'événement sportif. Se pose alors la question de savoir si les dépenses de ces visiteurs dissuadés sont de même ampleur et de même nature que celles des consommateurs effectifs du spectacle sportif. A l'inverse, il peut aussi y avoir des fuites évitées (ou effet de rétention), c'est-à-dire des spectateurs résidant dans le territoire d'accueil qui seraient allés dépenser à l'extérieur là où l'événement aurait été organisé (ce que certains auteurs appellent « la base de consommation » ou base interne). Dans le cas de l'UEFA Euro 2016™, il faut aussi se demander quel a été l'impact réel des attentats terroristes commis en France sur le tourisme en général. En particulier, on peut se poser la question : que serait devenue la fréquentation touristique en France en l'absence de l'UEFA Euro 2016™? L'analyse que nous avons menée nous laisse à penser qu'elle aurait été encore plus faible sans la compétition. Il faudra revenir sur ce point délicat à évaluer.

c) Fuites

Les fuites hors territoires sont les flux financiers sortant du territoire en direction d'agents extérieurs (entreprises prestataires, ménages, actionnaire). Les principales fuites hors circuit national concernent :

- la rémunération de prestataires extérieurs : pour organiser un événement sportif de l'envergure de l'UEFA Euro 2016™, l'UEFA peut avoir fait appel à des prestataires issus d'autres pays européens ou du monde ;
- le paiement des importations ;
- le retour de profits ou de dividendes auprès de détenteurs de capitaux ou d'actionnaires étrangers. Si les hôtels se remplissent, il faut néanmoins savoir quelle part de la recette va être re-dépensée sur place. Si, par exemple, on a une chaîne hôtelière multinationale, les profits peuvent repartir à l'étranger au siège social sans faire bénéficier l'économie nationale d'effets induits. De la même façon, par rapport à la nature de l'événement (en l'occurrence un grand événement sportif international), un certain nombre de recettes peuvent repartir à l'étranger sans alimenter la dépense nationale[7].

[7] Baade, Matheson, 2016

Le traitement des fuites dépendra de notre capacité à mobiliser l'information les concernant. Deux options sont possibles :

- Les intégrer dans le calcul de l'impact primaire (injection nette) :

[injection nette = injection brute – fuites]

Ces dernières peuvent être estimées par un taux de valeur ajoutée nationale.

- Les intégrer dans le calcul du multiplicateur : plus les fuites estimées seront fortes et plus le multiplicateur sera faible.

Nous utiliserons l'une ou l'autre option selon le type d'information que nous aurons réussi à mobiliser.

Quand on prend en compte tous les éléments précédents, il apparaît que la validité du calcul d'impact repose sur la rigueur de la démarche consistant à comparer la situation de l'économie du territoire hôte avec ou sans l'événement pour déterminer le résultat net (positif ou négatif). Pour cela, il est nécessaire de poser un certain nombre d'hypothèses sur des comportements supposés de consommation, d'épargne, d'investissement, d'importation, d'exportation… Il est donc indispensable de jouer la transparence dans les hypothèses posées et dans les modalités du calcul d'impact. Trop d'erreurs grossières ont été tolérées à ce jour dans de nombreuses études d'impact, ce qui pourrait conduire à un rejet de ce type d'expertise de la part de l'opinion publique et être dangereux pour le mouvement sportif ou les organisateurs d'événements. Par exemple, des référendums menés pour sonder l'acceptabilité sociale des Jeux Olympiques se sont soldés par des refus, l'opinion publique ne se contentant plus de chiffres fantaisistes.

Voilà pourquoi le calcul d'impact doit être irréprochable pour être crédible dans une stratégie de communication et de conquête de l'opinion publique. C'est une erreur aujourd'hui de vouloir « gonfler » artificiellement le montant de l'impact économique des grands événements sportifs. Ce souci de précision est d'autant plus fort que la présente étude se focalise uniquement sur l'impact économique (i.e. l'analyse des impacts sociaux, environnementaux ou encore médiatiques est exclue). Seule la notion de création nette de revenus pour la collectivité est retenue.

1.3 Le multiplicateur keynésien

a) Deux types d'impact

De nombreuses études d'impact d'événements sportifs donnent des définitions plus ou moins précises et correctes des effets à mesurer : directs, indirects et induits. Le guide méthodologique de la DGE est à cet égard très clair et permet une harmonisation des définitions :

- **l'impact direct** provient « *des dépenses occasionnées pour l'organisation de la manifestation et des achats et consommations effectués localement par les visiteurs venus pour participer ou assister à l'événement* » ;
- **l'impact indirect** « *découle des échanges entre les entreprises du territoire, notamment du fait des relations clients-fournisseurs* » ;
- **l'impact induit** « *résulte de la consommation des ménages. Les individus ayant bénéficié d'un revenu lors de la production des effets directs et indirects vont générer à leur tour de l'activité dans les entreprises locales du fait de leur achats de consommation* ».

Au final, il est préconisé de retenir deux types d'impact :

- l'impact primaire qui correspond à l'impact direct ;
- l'impact secondaire qui regroupe l'impact indirect et l'impact induit.

L'impact primaire se définit comme l'injection nette de flux financiers externes dans l'économie du territoire concerné. Cette injection nette est obtenue en additionnant l'ensemble des flux financiers entrant sur le territoire (injections brutes) desquelles sont déduites les fuites. Il peut provenir de différentes sources dont les deux principales sont constituées des dépenses consenties par l'organisateur de l'événement et des dépenses des visiteurs venus spécifiquement pour assister à la compétition. L'évaluation de l'impact primaire est un élément fondamental dans le calcul d'impact économique puisqu'on y applique ensuite le multiplicateur. Plusieurs difficultés sont à dépasser pour l'évaluer :

- les injections brutes doivent concerner des flux liés exclusivement à l'événement, c'est-à-dire qui n'auraient pas eu lieu en son absence. Il faut donc établir une typologie claire des visiteurs distinguant ceux qui sont venus spécifiquement pour l'événement, ceux qui sont venus pour un autre motif mais qui vont en profiter pour assister au spectacle sportif (visiteurs occasionnels), ceux qui ont remis leur visite à plus tard ou l'ont avancé à cause de l'événement (transfert temporel de dépenses), ceux qui ont annulé leur visite. Une telle typologie est indispensable mais pose des problèmes d'accès à l'information que nous détaillerons ultérieurement ;
- pour les dépenses d'organisation, une typologie est également nécessaire en fonction des agents à l'origine de l'injection mais aussi en fonction des bénéficiaires qui peuvent occasionner des fuites hors territoire. Rappelons que ne doivent être retenues que les dépenses qui ont bénéficié d'un financement externe et qui bénéficient ensuite à des agents intérieurs.

L'impact secondaire se définit comme la répercussion de l'impact primaire au sein de l'économie locale. Cet impact secondaire « *correspond alors l'ensemble de l'activité et des richesses produites sur le territoire à partir de la première stimulation économique générée par l'événement* »[8]. Concrètement il résulte donc des échanges entre les entreprises du territoire (impact indirect) et des « *achats effectués localement par les individus ayant perçu une rémunération en lien avec la tenue de l'événement* » (impact induit). Ces différents mécanismes conduisant à un effet multiplicateur posent plusieurs types de questions :

- Jusqu'où faut-il remonter dans la chaîne interindustrielle pour considérer qu'un sous-traitant est véritablement lié à l'événement sportif ? Une vision trop large de cet effet indirect peut conduire à une surestimation considérable de l'impact total. C'est tout l'enjeu de la légitimité de l'utilisation des modèles input / output détaillés ci-dessous.
- Comment déterminer la propension à dépenser localement des ménages pour estimer l'impact induit ? C'est ici que l'on comprend l'avantage de faire l'étude sur le territoire national. Du fait de l'information comptable disponible en France, ces propensions sont plus faciles à estimer qu'au niveau de territoires infranationaux.
- L'existence de modèles macro économétriques permet d'effectuer des simulations de l'impact sur l'économie nationale d'un choc de dépenses externes comme celles liées à l'UEFA Euro 2016™.

L'impact économique total est ensuite obtenu comme le produit de l'impact primaire par le multiplicateur de dépenses.

b) Trois modèles envisageables

L'effet multiplicateur précédemment mentionné est évalué à partir de trois types de modèles : des modèles input / output ; des modèles d'équilibre général calculable ; des modèles keynésiens. Ces trois types de modèles présentent des difficultés spécifiques de fonctionnement et de ce fait ils sont plus ou moins fiables selon l'information disponible.

Le modèle input / output est couramment utilisé depuis de nombreuses années dans le monde anglo-saxon et il séduit aujourd'hui un certain nombre de cabinets d'étude en France pour l'évaluation de l'impact secondaire des grands événements sportifs. Ce modèle fait néanmoins l'objet de multiples critiques dans le monde universitaire dans la mesure où, par construction, il aurait tendance à surestimer considérablement l'impact économique d'une injection externe de revenus dans un territoire donné[9].

- Les modèles input / output n'imposent aucune contrainte en matière de disponibilité des facteurs de production. Il est toujours fait l'hypothèse qu'un accroissement de la demande finale pourra être satisfait par le système de production local. Si ce n'est pas le cas, un surcroît de demande finale peut se traduire par de l'inflation et/ou le recours à des prestataires extérieurs. Dans tous les cas, le multiplicateur sera plus faible.

[8] Guide méthodologique de la DGE.
[9] Zimbalist, 2015, Baade et Matheson, 2016, Blake, 2005

- Ces modèles ne considèrent que les effets positifs mais sont incapables d'intégrer la plupart des impacts négatifs, d'où la surestimation. Cela est dû en partie au fait que les modèles input / output ne prennent pas en compte des variables comme les prix, les salaires ou les exportations des autres secteurs d'activité. Or l'augmentation des prix peut engendrer des effets d'éviction ; l'attraction de visiteurs externes peut profiter à un secteur mais diminuer l'activité dans d'autres. Dans les deux cas, cela se traduira par des effets multiplicateurs plus faibles.
- La plupart du temps, les coefficients techniques utilisés sont fixes, ce qui ne donne pas nécessairement une vision fidèle de l'état réel de l'économie qui est dynamique.
- La décomposition de l'économie nationale en secteurs d'activité est souvent très grossière. Ces secteurs ne sont donc pas adaptés à projeter les effets d'une augmentation de la demande de biens et services particuliers spécifiques à l'UEFA Euro 2016™.

Les modèles d'équilibre général calculable ont souvent été accusés d'attacher plus d'importance à la théorie qu'aux données. Ils peuvent être séduisants d'un point de vue intellectuel pour dépasser les insuffisances des modèles input / output :

- ils imposent ainsi des contraintes sur la disponibilité des facteurs de production. En particulier, ils prennent en compte l'élasticité entre facteurs et prix plutôt que de supposer leur disponibilité totale ;
- les modèles d'équilibre général calculable imposent également des contraintes sur les revenus et les dépenses des agents. Ces contraintes supplémentaires complexifient considérablement la modélisation d'ensemble, car il est nécessaire de prendre en compte les variations des prix et des salaires et leurs conséquences sur les variables réelles comme le volume de production ou la demande de travail dans un secteur donné.

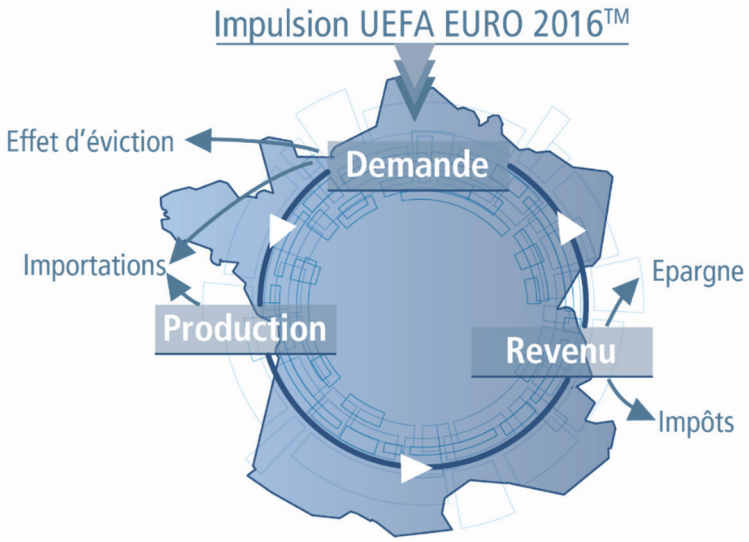
Dans ces conditions, les modèles d'équilibre général calculable sont plus satisfaisants d'un point de vue théorique, mais l'information nécessaire pour les faire tourner correctement n'est pas toujours disponible.

Se pose alors un dilemme :

- Faut-il utiliser un modèle théoriquement satisfaisant mais demandant une information très difficile à obtenir, ce qui oblige à des concessions par rapport au modèle parfait ?
- Ne vaudrait-il pas mieux se contenter de modèles moins sophistiqués mais qui permettent d'utiliser une information de qualité ?

C'est cette dernière option que nous avons adoptée. Nous préférons moins de théorie mais plus d'information de qualité qui nous permettra de faire émerger des résultats fiables.

Le modèle keynésien nous apparaît ainsi parfaitement adapté à l'évaluation de l'impact économique de court terme d'un grand événement sportif. On peut le schématiser simplement de la façon suivante[10] :



Une injection externe de revenus de la part de l'UEFA Euro 2016™ provoque une augmentation de demande qui entraîne une augmentation de production et une distribution de revenu ce qui débouche à nouveau sur un accroissement de demande. Des fuites hors circuit se produisent vers de l'épargne, des impôts, des importations, voire des effets d'éviction (notamment sur le plan touristique). Pour mesurer l'impact total résultant de cet impact primaire, on utilise un multiplicateur qui sera plus ou moins sophistiqué selon la disponibilité de l'information en matière de propensions (à épargner, à importer, à dépenser…). Nous présenterons ultérieurement la conceptualisation de notre multiplicateur pour calculer l'impact total de la manifestation. Cela pose tout le problème de la mesure de l'impact secondaire. Aucun modèle disponible n'est complètement satisfaisant :

- le modèle input / output conduit à une surestimation du multiplicateur ;
- le modèle d'équilibre général calculable est difficile à tester de façon satisfaisante ;
- le modèle keynésien pose tout l'enjeu d'une définition correcte du multiplicateur.

Voilà pourquoi nous allons mettre l'accent sur la qualité de la détermination de l'impact primaire grâce à la mobilisation d'une information de qualité que nous obtiendrons de la part des parties prenantes de l'organisation, notamment l'UEFA. C'est à la fiabilité de l'évaluation de l'impact primaire qu'il faut s'attacher si on ne veut pas voir les erreurs d'appréciation s'amplifier par le jeu du multiplicateur quand on passe à l'impact secondaire (qui se détermine en fonction de l'impact primaire). Pour ce dernier, il faudra calculer au mieux un multiplicateur macroéconomique qui, de toute façon, doit rester dans la fourchette des études académiques déjà menées.

[10] D'après Holger Preuss (2000)

Par exemple, selon Andrew Zimbalist[11], les multiplicateurs au niveau macroéconomique global des Etats-Unis sont de l'ordre de 1,3. Or on sait que les Etats-Unis constituent une économie relativement fermée. Les multiplicateurs dans la plupart des autres pays qui sont beaucoup plus ouverts devraient donc être plus faibles. Selon Zimbalist, des multiplicateurs trop élevés ne sont donc pas du tout crédibles. Rappelons que dans le cas de la Suisse pour l'Euro 2008, les auteurs avaient utilisé un multiplicateur de 1,5[12].

c) Valeur du multiplicateur

La valeur retenue du multiplicateur est soumise à de nombreux débats entre experts académiques. Afin de retenir une valeur qui fasse consensus, il a été permis à notre consortium de travailler de façon étroite avec la Direction Générale de l'INSEE[13]. Utilisant les données à sa disposition sur l'économie nationale, celle-ci nous a fourni une note reposant sur des éléments robustes permettant de déterminer la valeur du multiplicateur. Cette note vise à documenter l'ampleur du multiplicateur de consommation lié à la nature du supplément de consommation envisagé, à l'aide de simulations analytiques du modèle macroéconométrique Mésange (Modèle Econométrique de Simulation et d'ANalyse Générale de l'Economie) : « *L'économie française y est modélisée sous la forme d'une petite économie ouverte – l'environnement international étant considéré comme exogène – à trois secteurs d'activité (manufacturier, non manufacturier et non marchand). De taille moyenne (environ 500 équations), Mésange se caractérise par une dynamique keynésienne à court terme et un équilibre de long terme déterminé par des facteurs d'offre.* »[14]

[11] ZIMBALIST A., Circus Maximus: The Economic Gamble Behind Hosting the Olympics and the World Cup, Brookings Institution Press, 2015.
[12] Heinz Rütter et al. : Economic impact of the UEFA Euro 2008 in Switzerland. Lucerne School of Business. 2004.
[13] INSEE, Direction générale, note réalisée par Charles-Marie CHEVALIER, chargé d'étude à la division Etudes Macroéconomiques / Département des études économiques.
[14] Caroline Klein et Olivier Simon. Document de travail. INSEE. Direction des études. 2010.

Analyse de l'INSEE

De façon générale, le multiplicateur de la consommation est supérieur à 1 à court terme, et plus faible à moyen terme du fait des effets d'éviction par les prix.

La notion de multiplicateur de la consommation traduit le fait qu'au niveau macroéconomique, un choc exogène et permanent de consommation des ménages entraîne à court terme une hausse de consommation supérieure à l'ampleur du choc lui-même (multiplicateur supérieur à 1). En effet, la hausse exogène des dépenses de consommation des ménages augmente le chiffre d'affaires des entreprises et par conséquent le revenu des ménages, leur permettant d'envisager de nouvelles dépenses de consommation. Ces effets de bouclage, appliqués à plusieurs reprises sur le nouveau supplément de consommation, conduisent *in fine* à une hausse de la consommation des ménages supérieure à celle du choc initial.

Ce résultat est toutefois valable à court terme, c'est-à-dire dans une situation où les prix au sein de l'économie demeurent relativement rigides. À moyen terme, la hausse de la consommation des ménages conduit les entreprises à augmenter leurs prix, ce qui atténue progressivement l'impact du choc sur la consommation et de ce fait la taille du multiplicateur (multiplicateur inférieur à 1 à long terme).

Dans le cas particulier de l'Euro 2016, la durée et la composition du surplus initial de consommation pouvant lui être rattaché sont susceptibles d'affecter le multiplicateur.

Dans le cadre de la tenue en France de l'Euro 2016 et des dépenses éventuelles de consommation associées, le multiplicateur de la consommation est affecté par les spécificités suivantes :

- En premier lieu, l'Euro 2016 constitue un événement ponctuel : les dépenses de consommation associées ont de ce fait un caractère temporaire et il en est de même des effets de bouclage liés à ces dépenses. L'impact macroéconomique du choc disparaît donc nécessairement dès qu'on se situe à un horizon suffisamment éloigné de celui-ci.
- Par ailleurs, il peut être considéré que les dépenses directes liées à l'événement sont généralement orientées vers des produits et des services nationaux (billets, hôtels-restaurants…).

Le multiplicateur de la consommation lié à l'Euro 2016 serait immédiatement de 1,05, pour monter jusqu'à environ 1,5 pour redescendre à plus long terme autour de 1,2.

Afin d'évaluer l'intensité des effets évoqués plus haut, on utilise le modèle de l'économie française Mésange (Insee et DG Trésor). Cet outil modélise l'économie française, ainsi que ses relations avec le « reste du monde », et les comportements économiques qui y sont intégrés sont représentatifs de ce qui a été observé en France sur les dernières décennies. Le modèle permet alors d'évaluer l'impact de chocs économiques tels qu'une hausse exogène de la consommation des ménages. Les impacts sont évalués en écart relatif par rapport à une trajectoire de l'économie en l'absence de choc.

En particulier, il est procédé comme suit :

- L'ampleur du choc de consommation est normée à 1 point de PIB dans un but illustratif, ce qui correspond dans le modèle à une hausse de la consommation des ménages de 1,75 %.
- La durée de ce choc est uniquement d'un trimestre (pas minimal de temps du modèle Mésange).
- Deux scénarios distincts sont ensuite considérés quant à la composition du surplus de consommation des ménages :
    - 1) pour l'un, le choc et les évolutions consécutives de consommation sont supposés concerner uniquement des biens non manufacturés, pour lesquels la part de biens importés est très faible (scénario hors DIM dans la figure 1)[15].
    - 2) pour le second, le choc et les suppléments de consommation sont supposés correspondre à un panier de biens moyen, incluant un certain nombre de biens manufacturés (28 % dans le modèle).

À très court terme, c'est-à-dire au moment du choc, la consommation des ménages augmente de 1,82-1,83 % selon le scénario, soit un multiplicateur de consommation à environ 1,05, légèrement supérieur à 1. Au trimestre suivant, la hausse de la consommation est nettement plus faible, à hauteur de 0,1 % : ceci provient du caractère ponctuel du choc et, dans une très moindre mesure, de la hausse des prix consécutive au choc initial.

Le multiplicateur de 1,05 qui vient d'être évoqué constitue un multiplicateur instantané, c'est à-dire qu'il compare la taille du choc à son impact, à un instant donné, sur la consommation des ménages. Dans le cas d'un choc ponctuel tel que lié à l'Euro 2016, il semble préférable de considérer un multiplicateur « inter-temporel » : celui-ci compare la taille du choc à la somme actualisée des impacts sur la consommation des ménages, selon un horizon temporel et un taux d'actualisation définis. Le multiplicateur inter-temporel permet de prendre en compte non seulement les effets de bouclage survenant au moment du choc mais également les effets résiduels des trimestres suivants.

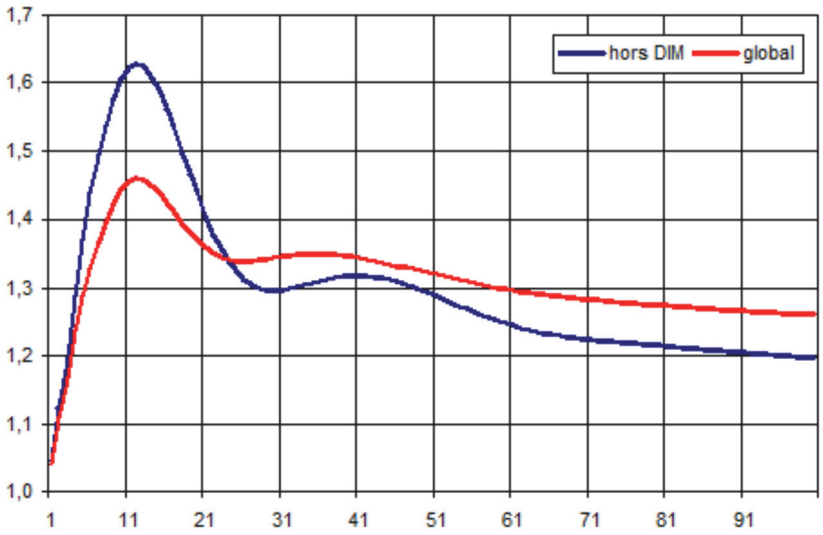
In fine, selon l'horizon temporel sur lequel les suppléments de consommation sont comptabilisés, le multiplicateur obtenu se situerait autour de 1,2, au sein d'une fourchette pouvant s'établir entre 1,1 et 1,6 (cf. figure 1) :

- À un horizon très court, c'est-à-dire au moment du choc, le multiplicateur intertemporel coïncide avec le multiplicateur instantané de 1,05 déjà mentionné ;
- À un horizon plus long mais néanmoins de court terme (1 an environ), le multiplicateur intertemporel atteint un maximum situé entre 1,6 et 1,4 selon le scénario. En effet, à cet horizon, le multiplicateur intertemporel intègre les effets de bouclage liés au fait que le choc initial de consommation se traduit par une succession de surplus de consommation supplémentaires. En revanche, à cet horizon, la hausse des prix de consommation demeure limitée et le multiplicateur intertemporel n'intègre donc pas les effets d'éviction qui s'ensuivent ;

[15] Dans ce scénario, les effets de fuite par les importations sont absents sur l'ensemble des périodes. Cependant, les surplus de consommation à attendre éventuellement de l'Euro 2016 après bouclages n'ont pas vocation à être exclusivement orientés vers les biens non manufacturés. Ce scénario doit donc être interprété comme un « cas limite ».

- Enfin, la valeur de 1,2 correspond à une approche sur horizon très long rendant le multiplicateur moins sensible à un choix arbitraire d'horizon. Cette valeur est identique selon le scénario : en effet, dans le cas où la consommation des ménages concerne principalement des produits domestiques, les effets de bouclage sur la consommation sont plus forts à court terme mais les effets d'éviction par les prix sont également plus importants par la suite ; dans le cas où la consommation des ménages concerne une part de biens importés, les effets de court terme sont plus faibles mais les effets d'éviction par les prix également.

Figure 1 - Multiplicateur intertemporel de consommation dans les deux scénarios considérés



Note : Les abscisses correspondent au nombre de trimestres à la suite du surplus initial de consommation survenant en t=1. Lecture : Par exemple, au 11e trimestre, le multiplicateur intertemporel est de 1,56 dans le scénario de surplus de consommation orientés exclusivement vers les biens non manufacturés (courbe bleue), et de 1,41 dans le cas où ils se répartissent sur l'ensemble des biens de consommation (courbe rouge).

Les résultats obtenus par l'INSEE à l'aide du modèle Mésange sont concordants avec ceux que l'on trouve dans la littérature académique de référence[16]. Cette note méthodologique de l'INSEE appelle de notre part les remarques et propositions suivantes :

- le multiplicateur de court terme atteint son maximum à un niveau légèrement supérieur à la valeur plafond souvent admise dans la littérature académique (1,5 contre 1,3) ;
- à plus long terme, le multiplicateur intertemporel converge vers 1,25 qui correspond ainsi à une valeur de stabilisation indépendante de l'horizon temporel ;
- nous proposons que cette dernière valeur constitue notre référence. En effet compte tenu des incertitudes sur la mesure d'un certain nombre d'éléments impactant la valeur du multiplicateur (nature des biens et services constituant l'injection, effets de substitution, effet d'éviction, déplacements temporels de dépenses, fuites), il nous apparaît préférable de retenir cette valeur de convergence qui traduit une certaine neutralité à l'égard de toutes les hypothèses qu'il faudrait poser pour tenir compte de toutes ces inconnues ;
- en prenant une marge d'erreur de 0,5, on obtient un intervalle de confiance [1,20 – 1,30] autour de la valeur centrale de 1,25 pour notre multiplicateur.

d) Principe de prudence

Cette étude a été menée en appliquant le principe de prudence, avec à chaque étape le choix d'hypothèses visant à ne pas surestimer l'impact économique. Les principales mesures prises sont les suivantes :

- concernant les dépenses des délégations (camps de base et hôtels de transfert), nous avons estimé certaines d'entre elles sur la base des dépenses moyennes constatées pour celles dont nous disposions de l'information et non sur les prix publics constatés ;
- concernant les dépenses d'activation des sponsors nationaux, nous avons pris un pourcentage extrêmement réduit du montant des droits sponsoring ;
- concernant les dépenses des spectateurs « hospitalités » auxquels nous n'avons pas pu adresser notre sondage, nous avons appliqué des hypothèses de panier moyen de dépenses et de durée moyenne de séjours extrêmement conservatrices appuyées sur un benchmark rigoureux d'études d'impact économique de grands événements sportifs et sur les expériences respectives de nos deux cabinets ;
- nous avons mesuré l'effet d'éviction avec une approche centrée sur la période de l'événement. Nous avons donc pris un effet d'éviction maximum. En effet, parmi les personnes qui ne sont pas venues en France en raison de l'UEFA Euro 2016™, certaines ont simplement déplacé leur séjour. Théoriquement, ces personnes ne devraient pas être comptabilisées dans le calcul de l'effet d'éviction. Néanmoins, compte tenu de l'absence d'information quantitative relative à ce sujet, nous ne l'avons pas pris en compte ;
- la non-prise en compte de l'effet de rétention ou des fuites évitées : nous n'avons pas adopté l'approche défendue par certains cabinets internationaux consistant à considérer que l'effet de rétention de touristes sportifs nationaux compense l'effet d'éviction de touristes classiques étrangers. Aussi nous avons simplement diminué l'impact touristique de l'effet d'éviction sans le majorer de l'effet de rétention ;

[16] Zimbalist, 2015, Baade et Matheson, 2016

- concernant les données d'activité, nous avons également été très prudents dans les ratios appliqués quant à la nationalité des ressources humaines et leur durée d'activité. Là aussi les hypothèses ont été formulées sur la base de nos expériences respectives dans l'analyse et la mise en œuvre de grands événements sportifs ;
- au niveau de la valeur du multiplicateur, nous avons également pris l'hypothèse la plus prudente. En effet, d'après la note établie par l'INSEE et notre étude visant à établir l'impact économique de court terme, nous aurions pu prendre un multiplicateur compris entre 1,41 et 1,56. La large revue de littérature et la volonté de ne pas surestimer l'impact économique nous ont toutefois conduits à privilégier la valeur de long terme convergente de 1,25.

2. Modalités de calcul de l'impact économique primaire

Comme présenté dans la section précédente, l'impact économique total de court terme de l'UEFA Euro 2016™ au plan national est l'agrégation de deux impacts :

- **l'impact primaire** correspondant à l'injection de revenus en lien avec la compétition au sein de l'économie nationale ;
- **l'impact secondaire** comprenant l'impact indirect et l'impact induit.

La détermination de l'impact primaire étant un élément fondamental dans l'évaluation de l'impact économique total, notre consortium s'est rapproché de l'UEFA et de sa filiale Euro 2016 SAS[17] afin de bénéficier de leur collaboration et exploiter ainsi des données officielles et de qualité. Ceux-ci ayant accepté de contribuer à notre étude, notre évaluation de l'impact primaire s'avère particulièrement robuste.

L'étude se concentrant sur l'impact économique national de court terme et conformément au cahier des charges, nous n'avons pas intégré les dépenses en lien avec les constructions et/ou rénovations de stades ainsi que sur les dépenses d'infrastructures connexes (accessibilité, …). Deux types de dépenses constituent une injection au sein de l'économie nationale et contribuent ainsi à la constitution de l'impact primaire :

- **les dépenses d'organisation** : le choix d'évaluer l'impact économique de l'UEFA Euro 2016™ au niveau national nous a conduits à ne prendre en considération que les flux financiers en provenance de l'étranger. Il s'agit donc principalement des financements en provenance de l'UEFA. Nous avons également intégré ici les dépenses d'hébergement relatives aux camps de base des équipes nationales, celles des populations accréditées ayant travaillé sur la compétition et les dépenses d'activation des sponsors internationaux ;
- **les dépenses des visiteurs** : la collecte d'information concernant l'impact touristique s'est opérée par le biais d'un sondage mené auprès des spectateurs de l'UEFA Euro 2016™ ayant fréquenté les stades et les fan zones officielles.

[17] Société par actions simplifiée de droit français établi au RCS de Paris sous le numéro 531326080 détenue à 95% par l'UEFA et à 5% par la Fédération Française de Football.

2.1 Dépenses d'organisation

L'organisation de l'UEFA Euro 2016™ a mis en relation un certain nombre de parties prenantes domiciliées sur le territoire national ou à l'étranger. Au niveau de l'organisation, trois entités ont ainsi pu contribuer à injecter des revenus au sein de l'économie nationale :

- l'UEFA, qui a financé une partie des dépenses grâces aux revenus qu'elle a collecté directement (droits audiovisuels, sponsors internationaux, *licensing*, hébergement) ;
- UEFA Events SA, filiale de l'UEFA chargée de délivrer les événements dont elle est à l'initiative.
- Euro 2016 SAS, autre filiale de l'UEFA (et de la FFF) domiciliée en France ayant assuré la commercialisation des billets ainsi que des packs « hospitalités » et de divers services auprès des clients de la compétition.

Pour déterminer l'impact en lien avec l'organisation de la compétition, il nous faut identifier les dépenses consenties par les différentes parties prenantes ayant permis de délivrer l'événement : achats de biens et services, d'équipements, salaires, assurances… L'identification de ces dépenses nécessite de pouvoir disposer des données comptables des parties prenantes investies dans l'organisation. Là-encore le choix du territoire de référence, en l'occurrence la France dans son ensemble, n'est pas neutre car il nous conduit à exclure un certain nombre de dépenses consenties par les acteurs territoriaux (Etat, collectivités territoriales, Fédération Française de Football, etc.) au titre de l'effet de substitution.

Par voie de conséquence, les dépenses que nous avons incluses dans notre calcul d'impact économique sont celles en provenance des acteurs étrangers uniquement. Le circuit économique présenté ci-dessus laisse apparaître deux sources principales d'injections : les apports de l'UEFA et ceux de sa filiale « UEFA Events SA » ayant transité (ou non) par la société Euro 2016 SAS (société de droit français). Nous avons donc sollicité auprès des organisateurs la mise à disposition de données comptables permettant d'identifier le montant des injections au sein de l'économie nationale.

Il faut préciser à ce stade que l'impact économique résultant des dépenses d'hébergement (camps de base et hôtels de transfert) des délégations des 24 Fédérations nationales qualifiées ont été intégrées dans le calcul de l'impact organisation et non dans l'impact touristique. En effet, celles-ci ont été acquittées par chacune d'entre elles grâce aux distributions de revenus de l'UEFA (un montant forfaitaire et des primes de performance). L'identification de l'injection provenant des délégations a été rendue possible grâce aux données fournies par l'organisateur ainsi que celles provenant de la société KUONI, hébergeur officiel du tournoi.

Plusieurs points méritent ici d'être précisés quant aux modalités d'établissement de l'impact :

- dans un premier temps nous avons identifié les revenus de l'organisateur directement liés à l'UEFA Euro 2016™ lui ayant permis de financer l'événement ;

- de ces revenus, nous n'avons conservé que les revenus externes, c'est-à-dire que nous avons exclu les revenus de l'organisateur en provenance des acteurs français. Ceux-ci concernaient principalement la billetterie (achats de places par les spectateurs français), les revenus de sponsoring (sponsors nationaux) et les droits audiovisuels versés par les diffuseurs français (beIN Sports). Nous en déduisons un taux de financement exogène ;
- nous avons ensuite identifié les dépenses (achats de biens et services, dépenses de personnel) consenties par les organisateurs. Pour établir l'injection brute, nous excluons de ces dépenses celles réalisées en direction d'acteurs extraterritoriaux (prestataires et main d'œuvre étrangers) ;
- enfin, nous appliquons le taux de financement exogène afin de neutraliser l'effet de substitution et de calculer l'injection nette.

Au final, l'UEFA et Euro 2016 SAS nous ont mis à disposition les données nécessaires nous permettant d'identifier l'impact primaire en lien avec la compétition. Les modalités opérationnelles du calcul seront présentées dans les sections suivantes. Il est important de noter ici que, dans le cadre de cette étude, nous avons signé un accord de confidentialité avec l'UEFA et que nous ne pourrons pas faire figurer dans le détail l'ensemble des informations obtenues même si elles servent bien entendu de base à l'élaboration des calculs.

Au-delà des dépenses directement liées à la production opérationnelle de l'événement, nous avons également pris en compte dans les dépenses d'organisation :

- les dépenses réalisées en France par les personnes accréditées (prestataires directs, médias,…). L'identification de ces publics a été réalisée sur la base du fichier des accréditations transmises par l'organisateur. Les dépenses prises en compte ici sont de diverses natures (hébergement, restauration, transport, national, loisirs, …) ;
- les dépenses d'activation réalisées par les sponsors internationaux de l'événement afin de faire vivre le partenariat au cours de la compétition (achats d'espaces publicitaires, opérations promotionnelles, animations diverses, …).

2.2 Dépenses touristiques

Les grands événements sportifs internationaux permettent l'afflux de spectateurs en provenance du monde entier. L'UEFA Euro 2016™ n'a pas échappé à la règle et a fait converger vers la France de nombreux spectateurs étrangers. La quantification de l'impact touristique en lien avec l'événement sportif nécessite d'adopter une démarche extrêmement rigoureuse afin de ne pas surestimer les résultats. La principale difficulté ici consiste à évaluer véritablement le surplus de dépenses touristiques par rapport à une année sans la compétition, ce qui implique de connaître :

- la dépense moyenne des touristes « sportifs » comparée à celle des touristes habituels ;
- le taux d'éviction à la fois de touristes habituels et de résidents sur le territoire ;
- le taux de visiteurs occasionnels qui sont venus pour d'autres raisons et qui profitent de l'événement du fait de leur présence en France ;
- le taux de déplacement temporel des dépenses[18] : des touristes qui ont seulement décalé leur visite pour profiter de l'UEFA Euro 2016™ mais qui seraient venus de toute façon ne génèrent ainsi pas d'impact économique. D'autres touristes ne sont pas venus en France à cause de l'UEFA Euro 2016™ et ont décalé leur visite avant ou après la compétition. En l'absence de données sur ces sujets, nous avons considéré que ces effets de déplacements s'annulent.

Sur le plan touristique, chacun des 51 matches de la compétition, répartis sur 10 sites, a généré un afflux de spectateurs étrangers (munis de billet ou non) dont il faut pouvoir quantifier les dépenses. Il est nécessaire de disposer d'un certain nombre d'éléments notamment la durée de séjour, le nombre de personnes accompagnant le détenteur du billet et le panier moyen de dépenses individuel. Seules les dépenses des personnes qui sont venues en France spécialement pour la compétition et qui ne seraient pas venues sans elle, ce que la DGE appelle « attribution confirmée »[19], seront comptabilisées dans le calcul de l'impact touristique.

Depuis plusieurs années, les organisateurs de grands événements sportifs internationaux incitent les pouvoirs publics locaux à mettre en place des espaces permettant de suivre les rencontres ainsi que d'assister à divers événements sportifs ou culturels. Ces espaces, les fan zones, sont placés sous la responsabilité des pouvoirs publics (communes ou EPCI). Cet élément n'est pas neutre, car cela implique de fait que l'impact « organisation » est limité. En effet, les dépenses des collectivités territoriales ne sont pas génératrices d'un impact national au titre de l'effet substitution. En revanche sur le plan de l'impact touristique, il est avéré que certains spectateurs étrangers se déplacent dans le pays hôte pour suivre la compétition uniquement dans ces espaces. Notre analyse se focalise donc sur deux des éléments

[18] Un oubli de retranscription dans le questionnaire ne nous a pas permis d'évaluer le pourcentage de déplacement temporel de dépenses. Nous avons donc ici la seule entorse à notre principe de prudence. Cet oubli, à notre avis, ne prête pas à conséquence majeure dans la mesure où, à l'inverse, nous n'avons pas pris en compte le taux de rétention de spectateurs. Ce dernier aurait minimisé considérablement voire neutralisé l'effet d'éviction. Or, de toute évidence, le déplacement temporel de dépenses dans la littérature académique est très loin d'atteindre le volume de l'éviction.

[19] Le guide méthodologique de la DGE (page 46) précise que l'attribution confirmée consiste à ne prendre en considération, dans le calcul d'impact économique, que les dépenses des visiteurs déclarant être venus spécifiquement sur le territoire pour la manifestation et qui ne seraient pas venus sans elle. Il s'agit de l'approche « la plus restrictive qui minimise les risques de surestimation ».

constitutifs de l'UEFA Euro 2016™ : les matchs de la compétition et les fan zones officielles. Une enquête auprès des spectateurs de ces deux espaces nous a permis de collecter les informations nécessaires à l'analyse. Les objectifs principaux de l'enquête sont les suivants :

- déterminer le profil des spectateurs ;
- définir le nombre de matchs auxquels ils ont assisté, ce qui permet de calculer le nombre de personnes physiques ayant assisté aux matchs à partir du nombre de billets vendus ;
- évaluer leurs dépenses ;
- déterminer la durée de leur séjour en France ;
- déterminer le nombre de personnes accompagnatrices.

Le dispositif de collecte privilégié pour cette étude est une enquête envoyée par email à la suite de l'événement aux spectateurs étrangers. En effet, il est préférable de poser les questions après l'événement, dans la mesure où toutes les dépenses ont été effectuées par les répondants. Une phase préliminaire de récupération des adresses mails sur site durant la compétition a été nécessaire en amont de l'envoi du questionnaire.

- Récupération des adresses mail sur site : nous avons mis en place des équipes d'enquêteurs sur chacun des 10 sites ayant accueilli la compétition. 10 enquêteurs par site ont été déployés au sein des fan zones ainsi qu'aux abords des stades pour interroger les spectateurs étrangers. Chaque site a fait l'objet de trois jours d'enquêtes, soit un total de 30 jours d'enquête sur l'ensemble de la compétition (cf Annexe 2). Afin d'avoir un échantillon le plus représentatif possible, les journées d'enquête ont concerné au moins une rencontre de chacune des 24 équipes participantes permettant de collecter les adresses mail des spectateurs de chacune des nationalités représentées dans la compétition. Les dates d'enquête ont par ailleurs été réparties sur l'ensemble de la compétition permettant d'avoir tous les types de rencontres (phase de poules et matchs à élimination directe). Au total, 11 500 adresses email exploitables ont pu être collectées grâce à ce dispositif.

- Enquête en ligne : le questionnaire (cf. Annexe 3) a été mis en ligne et envoyé par email à notre base de 11 500 contacts fin juillet 2016. Le questionnaire a été traduit en neuf langues afin d'optimiser le taux de réponse. Plusieurs relances par email ont été effectuées afin de maximiser le taux de réponse. En septembre, ce même questionnaire a été envoyé par l'UEFA auprès des clients étrangers ayant acheté des billets sur ses différentes plateformes billetterie, ce qui représente 121 760 clients. Au total, notre questionnaire a donc été envoyé à 133 300 spectateurs étrangers. A la clôture du questionnaire, le 5 octobre 2016, et suite à un « nettoyage » des données afin d'éliminer les doublons, les réponses non pertinentes, incomplètes ou sortant du champ de l'étude (étrangers résidant en France par exemple), nous totalisons 16 921 réponses utiles servant de base à l'analyse. Avec un taux de réponses exploitables de 12,7%, cet échantillon est suffisamment représentatif et renforce la crédibilité des résultats obtenus.

Le calcul du panier moyen de dépenses des spectateurs a été réalisé à partir de la somme des différentes dépenses déclarées par les répondants (dépenses transport, hébergement, restauration, loisirs, tourisme et autres achats). Le double comptage des recettes billetterie est bien évité ici puisque les dépenses déclarées n'incluent pas le prix des billets pour aller au stade. Pour chaque répondant, ces dépenses sont divisées par le nombre de personnes incluses dans ces dépenses et par la durée du séjour afin d'avoir une dépense consolidée journalière et par personne. La moyenne des dépenses des répondants nous donne ainsi le panier moyen de dépenses des spectateurs. Les dépenses demandées aux spectateurs sont TTC. En revanche, un calcul de neutralisation de la TVA pour chaque type de dépense a été effectué afin d'inclure dans le calcul d'impact les dépenses des spectateurs en HT.

Les dépenses relatives au transport pour venir en France ont été traitées avec prudence. En effet, une estimation de la part des dépenses nationales dans les dépenses totales de transport a été effectuée. La méthodologie est la suivante :

- calcul des dépenses totales de transport par moyen de transport principal utilisé pour chaque population ;
- application d'un taux spécifique à ces dépenses selon le mode de transport représentant la part des acteurs économiques nationaux. Par exemple : 49% des spectateurs grands publics sont venus en avion, ce qui représente une dépense globale de 104 millions d'euros à laquelle nous appliquons un taux de 33,4% représentant la part de vols internationaux réalisés par des compagnies aériennes françaises à destination de la France. Les dépenses retenues dans le calcul de l'impact touristique concernant les spectateurs grand public venus en avion s'élève donc à 25,6 millions d'euros. Le détail des hypothèses et des calculs relatifs aux dépenses transport pour venir en France se trouvent en Annexe 12.

2.3 Effet d'éviction

Pour être totalement rigoureux dans l'estimation de l'impact touristique, nous avons également été conduits à estimer l'effet d'éviction en lien avec l'UEFA Euro 2016™. Il s'agit de déduire différents éléments de l'impact économique :

- les dépenses des Français ayant pris des vacances à l'étranger plutôt qu'en France afin de fuir les nuisances liées à l'UEFA Euro 2016™ ;
- les dépenses des touristes étrangers qui ont annulé leur séjour en France pour les mêmes raisons.

Le calcul de l'effet d'éviction sera présenté de façon détaillé dans le second chapitre de l'étude.

CHAPITRE 2

CALCUL DE L'IMPACT ECONOMIQUE PRIMAIRE DE L'UEFA EURO 2016™

1.IMPACT ORGANISATION

2.IMPACT TOURISTIQUE

MINISTÈRE DE LA VILLE, DE LA JEUNESSE ET DES SPORTS

OBSERVATOIRE DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

Le présent chapitre a pour objet de présenter de façon concrète les effets économiques produits par l'UEFA Euro 2016™ en France. Comme exposé précédemment, nous répartirons ces effets au sein de deux grands secteurs :

- **un impact « organisation »** découlant directement des dépenses consenties par les différentes parties prenantes directes (organisateur, équipes participantes, officiels) et indirectes (entreprises et salariés ayant contribué à la livraison de l'événement, partenaires commerciaux) ;
- **un impact « touristique »** résultant des dépenses des visiteurs étrangers venus spécifiquement en France pour assister à la compétition ou profiter de l'ambiance festive.

1. Impact organisation

L'impact « organisation » de l'UEFA Euro 2016™ provient des dépenses effectuées par trois catégories d'acteurs :

- des acteurs sportifs : il s'agit des dépenses spécifiques à l'organisation de la compétition qui ont été réalisées essentiellement par l'UEFA ou ses filiales (UEFA Events et Euro 2016 SAS), mais également par chacune des 23 fédérations dont les équipes nationales ont participé à la compétition (les dépenses de la Fédération Française de Football sont exclues du calcul) ;
- des personnes ou des structures (entreprises) ayant travaillé à la production de l'événement (prestataires de l'organisateur) ou contribué à son bon fonctionnement (volontaires) ;
- des sponsors globaux (c'est-à-dire hors sponsors nationaux) ayant activé leur partenariat par la mise en place de programmes d'animation, l'invitation de personnalités…

MINISTÈRE DE LA VILLE, DE LA JEUNESSE ET DES SPORTS
OBSERVATOIRE DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

1.1 Dépenses d'organisation de la compétition

Si la France a été désignée pays organisateur de la compétition, l'UEFA n'en reste pas moins l'organisateur opérationnel soit directement ou soit indirectement par l'intermédiaire de ses filiales (UEFA Event SA et Euro 2016 SAS). Ce sont notamment l'UEFA et Euro 2016 SAS qui ont assuré la commercialisation de l'événement. Les revenus dégagés ont ainsi permis de financer différentes catégories de dépenses relevant directement de(s) l'organisateur(s). Au total, ces dépenses se sont élevées à 1 094,8 M€. La collaboration avec les services de l'UEFA nous a permis de les répartir au sein de trois grands postes :

- les dépenses opérationnelles (621,3 M€) ayant permis de couvrir les coûts liés à la livraison effective de l'événement ;
- les distributions aux équipes participantes (301 M€) composées de primes de participation et de résultats ;
- les dépenses de solidarité (172,5 M€) composées du dédommagement des clubs professionnels pour la mise à disposition des joueurs aux diverses sélections nationales ainsi que des donations diverses (fonds d'héritage, financement d'actions diverses).

Afin de pouvoir mesurer l'effet net relatif à ces différentes dépenses, il a dans un premier temps été nécessaire de déterminer la part des revenus de la compétition provenant d'acteurs étrangers, que nous avons qualifié de taux de financement exogène. L'application de ce taux permettra de neutraliser l'effet de substitution en déduisant les dépenses nationales qui auraient alimenté l'économie en l'absence de l'UEFA Euro 2016™.

a) Taux de financement exogène

Déterminer le taux de financement exogène est une condition indispensable et un préalable obligatoire afin d'établir l'impact primaire lié à l'organisation même de l'événement. En effet, nous ne saurions attribuer un impact national résultant de dépenses réalisées grâce à des concours financiers d'acteurs économiques français (ménages, entreprises). L'application de ce taux de financement exogène aux dépenses spécifiques à l'organisation de l'UEFA Euro 2016™, nous permettra ainsi de neutraliser l'effet de substitution dans la mesure où nous ne retiendrons que les dépenses financées sur fonds provenant d'acteurs externes au territoire français.

• Modalités de calcul du taux de financement exogène

Le calcul du taux de financement exogène a été opéré en collaboration avec l'UEFA et Euro 2016 SAS. A l'échelle de l'organisation d'un grand événement sportif international tel que l'UEFA Euro 2016™, la part des revenus provenant des acteurs français s'avère relativement restreinte. Elle concerne essentiellement 3 catégories de revenus :

- la billetterie : il convient de retirer les recettes billetterie provenant des spectateurs français qui, si l'UEFA Euro 2016™ n'avait pas eu lieu en France, auraient dépensé leur argent dans d'autres secteurs de l'économie français ;
- les recettes commerciales : il s'agit essentiellement des revenus en provenance des 6 sponsors nationaux. Là aussi, au titre de l'effet de substitution, on considère que les budgets des annonceurs consacrés à l'UEFA Euro 2016™ auraient été réalloués à d'autres projets nationaux si la compétition n'avait pas eu lieu en France ;
- les droits de retransmission versés par les diffuseurs français.

Il faut noter ici que les hypothèses retenues pour établir ce taux de financement sont volontairement conservatrices et auront tendance à minorer l'impact organisation. En effet, tant la littérature académique que des études antérieures ont démontré qu'il aurait été légitime de conserver une partie des revenus des acteurs nationaux au titre de ce qui est souvent qualifié de « fuites évitées » ou d'effet de rétention. Plus exactement, on peut en effet estimer :

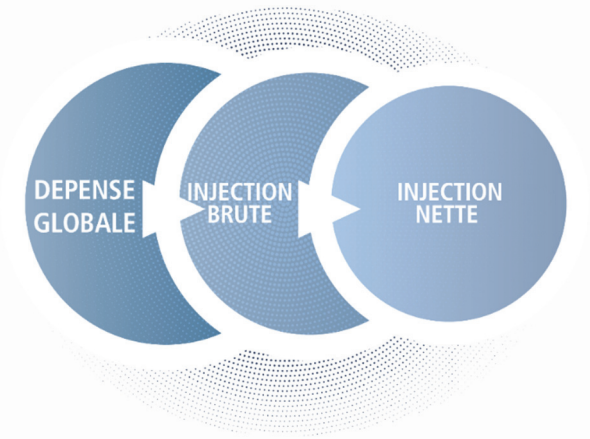
- qu'une partie des spectateurs nationaux – grand public ou « hospitalités » – ayant acquis des billets auprès de l'organisateur en aurait malgré tout acheté même si l'UEFA Euro 2016™ avait eu lieu dans un autre pays européen ;
- que certains sponsors nationaux auraient pu contractualiser avec l'UEFA ;
- que les médias français ayant acheté les droits de retransmission de l'événement (beIN Sports avec une rétrocession à TF1 et M6) se seraient également positionnés si l'UEFA Euro 2016™ avait eu lieu ailleurs.

Ces éléments étant difficilement quantifiables, nous n'avons pas souhaité retenir cette hypothèse et avons donc exclu la totalité des revenus « français » des recettes générées par la compétition ce qui aura donc tendance à minorer l'impact mais renforcera la crédibilité de la démarche.

Dans le détail, l'UEFA nous a indiqué que la commercialisation de l'UEFA Euro 2016™ avait permis de dégager un total de 1 940,5 M€ de revenus. La décomposition du compte de résultat présentée ci-dessous nous permet de calculer un taux de financement exogène global de 82,9%. Dans le détail, il varie de 20,9% (autres revenus) à 93,3% (revenus commerciaux).

	Part des revenus provenant d'acteurs français	Part de revenus exogènes
Droits audiovisuels	12,1 %	87,9 %
Revenus commerciaux	6,7 %	93,3 %
Billetterie	41,0 %	59,0 %
Hospitalité	38,0 %	62,0 %
Technologie	0,0 %	100 %
Autres revenus	78,0 %	22,0 %
Total	17,1 %	82,9 %

- **Les étapes du calcul**



Nous établissons l'impact primaire en trois étapes successives :

- nous identifions la dépense globale sur la base du budget d'organisation fourni par l'UEFA ;
- nous déterminons l'injection brute en excluant toutes les dépenses effectuées par les organisateurs à l'étranger (sommes versées à des parties prenantes ou prestataires étrangers) ;
- nous déterminons l'injection nette en appliquant le taux de financement exogène permettant de neutraliser l'effet de substitution.

Ce calcul s'effectuera pour les trois catégories de dépenses suivantes : dépenses opérationnelles, dépenses des délégations et dépenses de donations et héritage.

b) Dépenses opérationnelles

Une partie seulement du budget de l'UEFA Euro 2016™ a été consacrée à la livraison opérationnelle de l'événement et constitué une injection nette de revenus au sein de l'économie nationale.

- **Dépenses globales**

Elles sont constituées de l'ensemble des coûts liés à l'organisation et la promotion de l'événement**. Elles se sont élevées au total à 621,3 M€** dont une grande partie servant à financer la production de l'événement (515 M€). Celles-ci comportent notamment :

- les frais liés aux différentes opérations : organisation des événements avant le tournoi (lancement de la mascotte à Nice, tirage au sort à Paris) ;
- les coûts pris en charge pour la mise en conformité des différentes infrastructures utilisées (stades officiels, stades d'entraînement, camps de base) ;

- les coûts liés à la couverture médiatique de l'événement (centre des médias, production audiovisuelle) ;
- les charges inhérentes à la mise en place du programme d'hospitalités ;
- les frais liés à la communication et l'information, les charges de personnels.

On retrouve également dans les dépenses opérationnelles les frais de location des stades de la compétition (24 M€) ainsi que la contribution versée par l'UEFA à la Fédération Française de Football en guise de contribution au programme « Horizon Bleu 2016 » (21 M€).

- **Injection brute**

Soumise aux règles de mise en concurrence, l'UEFA et Euro 2016 SAS ont été conduits à procéder à des appels d'offres afin de retenir leurs prestataires. Ces procédures de mise en concurrence les ont conduits à retenir des prestataires étrangers. Aussi, une partie des dépenses opérationnelles n'a pas été injectée au sein du circuit économique national. Notre collaboration avec les services de l'UEFA nous a permis de repérer ces dépenses hors circuit. Les données reconstituées nous indiquent que 64% des prestataires ayant contribué à l'organisation de l'UEFA Euro 2016™ sont français et qu'ils représentent 70% des dépenses réalisées. **L'injection brute s'élève ainsi à 434,9 M€.**

- **Injection nette**

Afin de neutraliser l'effet de substitution, nous appliquons le taux de financement exogène déterminé précédemment pour ne retenir que la part de dépenses financées par des fonds étrangers. Dès lors, **l'injection nette concernant les dépenses d'organisation s'établit à 360,5 M€**.

c) Dépenses des délégations et des accompagnateurs

Au-delà des dépenses opérationnelles, le budget d'organisation de l'UEFA Euro 2016™ comporte également les primes de participation versées à chacune des Fédérations ayant pris part à la compétition. S'il ne s'agit bien évidemment pas d'intégrer la totalité de ces sommes au calcul d'impact économique national, une partie doit être prise en compte dans la mesure où elles ont permis de couvrir différentes dépenses réalisées sur le territoire français.

- **Dépenses globales**

Le montant distribué par l'UEFA aux 24 fédérations nationales qualifiées pour la compétition s'est élevé au total à 301 M€. Chacune d'entre elles s'est ainsi vue attribuer une prime de participation fixe (8 M€) et des primes de performance (résultats en matchs de groupes et qualification pour la phase éliminatoire). Cette allocation, utilisée librement par chaque Fédération, a notamment pour but de leur permettre de couvrir différentes dépenses liées à la qualification de leur sélection à l'UEFA Euro 2016™.

- l'acheminement des délégations de leur pays d'origine vers la France ;

- l'ensemble de leurs frais de séjour et notamment les dépenses d'hébergement de leurs camps de base (obligatoirement situés sur le territoire français) et d'hôtels de transfert (situés à proximité des différents stades de la compétition dans lesquels les équipes ont évolué et utilisés les veilles et jour de matchs) ;
- l'ensemble des autres coûts des fédérations en lien avec la compétition, en particulier les primes accordées aux joueurs et membres du staff de leurs sélections en fonction des performances réalisées ;

En cas de surplus, cette allocation vient alors abonder le budget général de chaque Fédération qui peut l'utiliser pour assurer le financement de programmes nationaux.

- **Injection brute**

Une partie seulement de l'allocation UEFA doit être intégrée au calcul d'impact économique. Il convient en effet de ne prendre en compte que la part dépensée sur le territoire français. Cela nous a donc conduits à exclure du calcul :

- les dépenses de transport aller-retour entre les différents pays et la France, dans la mesure où ils ont été effectués à l'aide d'avions spécialement affrétés et n'ont pas bénéficié aux compagnies aériennes françaises ;
- les primes de matchs versées par les Fédérations aux membres de leurs sélections, excepté celles versées par la FFF aux membres de l'Equipe de France ;
- la part de l'allocation UEFA ayant servi à abonder les budgets fédéraux et n'ayant pas été dépensée localement : les organisateurs nous ont ainsi confirmé que l'allocation était supérieure (parfois très largement) aux divers frais liés à la compétition (séjour, transport, primes).

Nous n'avons donc retenu dans l'injection brute sur ce poste que deux éléments :

- l'allocation versée par l'UEFA à la Fédération Française de Football (23,5 M€) ;
- les dépenses de séjour des 23 autres sélections et plus particulièrement les dépenses de camps de base et d'hôtels de transferts.

L'information sur ce second point n'étant pas disponible directement auprès des organisateurs et les hôtels n'ayant pour l'essentiel pas souhaité nous communiquer les éléments financiers, nous avons utilisé les données du nombre de nuitées de l'agence KUONI, hébergeur officiel de la compétition pour le compte de l'UEFA, ainsi que celles présentées dans les catalogues de camps de base mis à la disposition des Fédérations avant la compétition. Certaines ayant choisi un hôtel hors catalogue pour leurs camps de base, nous avons estimé les dépenses des Fédérations manquantes sur la base des données moyennes constatées pour celles dont nous disposions de l'information. Seules les données de 5 Fédérations ont dû être reconstituées de la sorte. La liste des camps de base retenus par les 24 équipes figure en Annexe 4.

L'agence KUONI nous a indiqué avoir assuré la réservation de :

- 37 000 nuitées en ce qui concerne les 24 camps de base. Ceci intègre les nuitées des délégations (36 000) et celles des accompagnateurs[20] (1 000) ;
- 19 000 nuitées en ce qui concerne les hôtels de transfert dont 15 500 pour les 24 délégations. La répartition des nuitées par ville hôte se situe en Annexe 5.

	Nombre de nuitées	Prix moyen nuitée (en € HT)	Injection brute (en M€ HT)
Camps de base	37 000	352	13
Hôtels de transfert	19 000	300	5,6
Total	56 000	-	18,6

Au total l'injection brute concernant les dépenses des délégations s'élève à 42,1 M€ et se décompose en :

- 18,6 M€ d'injection de la part des 23 Fédérations étrangères, dont 13 M€ au titre des dépenses de camps de base.
- 23,5 M€ au titre de l'allocation reçue par la Fédération Française de Football.

- **Injection nette**

Afin de neutraliser l'effet de substitution, nous appliquons le taux de financement exogène déterminé précédemment. Au final, **l'injection nette concernant les dépenses des délégations s'établit à 34,9 M€**.

d) Dépenses de solidarité et donations

Cette catégorie de dépenses est constituée de deux éléments principaux :

- des allocations versées par l'UEFA aux différents clubs professionnels ayant mis leurs joueurs à la disposition des fédérations nationales pendant la durée de la compétition (phase qualificative incluse). Il s'agit d'une forme de dédommagement sur la prise en charge du salaire ;
- de donations diverses en particulier celles faites aux 10 villes hôtes de la compétition. Il s'agit notamment du fond d'héritage que le club des sites est parvenu à négocier auprès de l'UEFA en amont de la compétition afin de financer la réalisation de projets locaux.

[20] Personnes en charge de la sécurité, équipes techniques, staff médical.

- **Dépenses globales**

Le budget de l'événement fait apparaître un montant total de 172,5 M€ de dépenses de solidarité. Celles-ci sont composées de :

- 150 M€ versés aux clubs des joueurs ayant pris part aux phases qualificatives (50 M€) et au tournoi final (100 M€) de l'UEFA Euro 2016™ ;
- 22,5 M€ de donations diverses, dont 20 au titre du programme d'héritage.

- **Injection brute**

La totalité des donations a été considérée comme étant une injection nationale au sein de l'économie. Celles-ci ont en effet permis de financer un certain nombre de projets portés par les villes hôtes notamment la construction ou la rénovation d'équipements sportifs de proximité. Sur le plan des versements de solidarité, nous avons en revanche été conduits à exclure l'ensemble des paiements effectués à des clubs n'étant pas domiciliés sur le territoire français.

Au final, l'injection brute concernant les dépenses de solidarité et les donations s'élève à 29 M€ :

- 6,5 M€ au titre de la solidarité envers les clubs français ;
- 22,5 M€ au titre des donations.

- **Injection nette**

Afin de neutraliser l'effet de substitution, nous appliquons le taux de financement exogène déterminé précédemment. Au final, **l'injection nette concernant les dépenses de solidarité et les donations s'établit à 24 M€**.

1.2 Dépenses des personnes accréditées

Au-delà des dépenses strictement liées à l'organisation de l'UEFA Euro 2016™ en France, nous avons mesuré les dépenses effectuées par les personnes ayant travaillé au cours de la compétition et non intégrées au budget d'organisation. Nous aurions éventuellement pu intégrer ces dépenses dans les dépenses touristiques, dans la mesure où il s'agit essentiellement de frais d'hébergement, de nourriture et de diverses activités. Nous avons préféré les maintenir dans la partie relative à l'organisation dans la mesure où, si l'Euro n'avait pas eu lieu en France, ces dépenses n'auraient pas été réalisées sur le territoire français.

Les différentes catégories de population de personnes accréditées ou leurs employeurs n'ayant pu faire l'objet d'un sondage direct comme celui administré aux spectateurs, nous avons estimé leurs dépenses sur la base de ratio communément utilisés dans ce type d'études. Les hypothèses retenues ont cependant été extrêmement conservatrices sur l'ensemble des éléments nécessaires au calcul.

- **Identification de la population**

Le fichier des accréditations fourni par l'UEFA laisse apparaître différentes catégories de personnes accréditées. La typologie des personnes accréditées est présentée et explicitée dans le tableau suivant.

Catégories de dépenses	Commentaires
Partenaires diffuseurs - radio	Détenteurs de droits de diffusion radios.
Partenaires diffuseurs - TV	Détenteurs de droits de diffusion télévisuelle. Cela inclut à la fois les journalistes, les consultants TV et les techniciens propres à chaque détenteur de droits.
Partenaires commerciaux / villes hôtes /	Equipes des partenaires commerciaux qui mettaient en œuvre les opérations pendant l'événement. Il ne s'agit pas des invités.
Diffuseur hôte	Equipes techniques en charge de la production du signal principal.
Médias non issus de diffuseurs	Médias hors TV et hors radio (presse écrite, médias Internet, photographes)
Non détenteurs de droits	Médias qui n'avaient pas acquis de droit de diffusion
Organisation	Staff UEFA et Euro 2016 SAS.
Sûreté et sécurité	Intervenants des sociétés privées de sécurité et des secouristes.
Prestataires et fournisseurs	Prestataires (hors sécurité), par exemple les personnels des traiteurs, des prestataires techniques et logistiques.
Délégations	Ce sont les groupes de personnes (joueurs, staff, dirigeants) de chacune des 24 équipes qualifiées.
Volontaires	Il s'agit des personnes ayant contribué à l'organisation de la compétition dans le cadre du programme porté par la FFF.

Disposant de la nationalité des personnes accréditées, nous avons pu retenir uniquement les personnes de nationalité étrangère dans le calcul d'impact économique. En plus des personnes de nationalité française, nous avons neutralisé les dépenses des personnes étrangères résidant en France. Il s'agit notamment des personnes travaillant pour les entreprises de sécurité et les prestataires de service. Nous avons aussi fait l'hypothèse que la grande majorité des volontaires étrangers résidaient en France.

Au total, nous avons donc pris en considération les dépenses de près de 13 000 personnes issues de ces différentes catégories de population accréditées (voir le détail en Annexe 6).

- **Niveau moyen de dépenses**

Comme indiqué précédemment, il n'a pas été possible d'interroger des personnes issues des populations accréditées pour connaitre leur niveau de dépenses, ce qui nous conduit à poser un certain nombre d'hypothèses quant aux dépenses et à la durée de séjour. Ces hypothèses figurent en Annexe 7 et 8.

À noter également que les frais d'hébergement, de transport et restauration des personnes de l'organisation et des délégations figurent dans le budget d'organisation (ces dernières étant couvertes par l'allocation UEFA versée aux Fédérations nationales). Nous ne les avons donc pas intégrées dans le calcul des dépenses des personnes accréditées afin d'éviter les doubles-comptes.

Le tableau ci-dessous fait apparaître la ventilation et le détail de l'injection nette que nous avons estimé pour chacune des catégories de population. **Au total, l'injection nette provenant des personnes accréditées s'établit à 34,8 M€**.

(en M€ HT)	Hébergement	Transport local	Alimentation	Tourisme loisirs	Autres	TOTAL
Partenaires diffuseurs - radio	0,50	0,28	0,35	0,04	0,07	1,2
Partenaires diffuseurs - TV	5,56	2,78	3,48	0,35	0,70	12,9
Partenaires commerciaux / villes hôtes	0,84	0,34	0,42	0,04	0,08	1,7
Diffuseur hôte	1,83	0,73	1,10	0,18	0,37	4,2
Médias non issus de diffuseurs	4,03	1,61	2,02	0,20	0,40	8,3
Non détenteurs de droits	0,49	0,19	0,24	0,02	0,05	1,0
Organisation	-	-	-	0,19	0,38	0,6
Sûreté et sécurité	0,31	0,12	0,19	0,03	0,06	0,7
Prestataires et fournisseurs	1,54	0,62	0,93	0,15	0,31	3,5
Délégations	-	-	-	0,20	0,39	0,6
Volontaires	0,03	-	0,02	0,01	0,02	0,1
TOTAL	**15,1**	**6,7**	**8,7**	**1,4**	**2,8**	**34,8**

MINISTÈRE DE LA VILLE, DE LA JEUNESSE ET DES SPORTS

OBSERVATOIRE DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

1.3 Dépenses d'activation des partenaires commerciaux

Les différents sponsors de l'UEFA Euro 2016TM ont été conduits à effectuer un certain nombre de dépenses sur le territoire français afin de faire vivre leur partenariat. Ces dépenses d'activation sont en règle générale assez importantes et permettent aux annonceurs de s'inscrire véritablement comme des acteurs de l'événement. Il peut s'agir de différentes catégories de dépenses : achats d'espaces publicitaires dans les médias, organisation de tournées promotionnelles, invitation de collaborateurs, de clients ou de prospects. Autant de dépenses qui peuvent, dans certains cas, venir doubler les montants investis dans le cadre des contrats de sponsoring avec les organisateurs.

Comme pour les personnes accréditées, il ne nous a pas été possible d'effectuer une enquête exhaustive auprès de l'ensemble des partenaires commerciaux de l'événement afin de connaître de façon précise les sommes dépensées sur le territoire français dans le cadre de l'UEFA Euro 2016TM. Nous avons donc travaillé sur la base de ratios que nous avons appliqués aux recettes commerciales perçues par l'organisateur de la compétition.

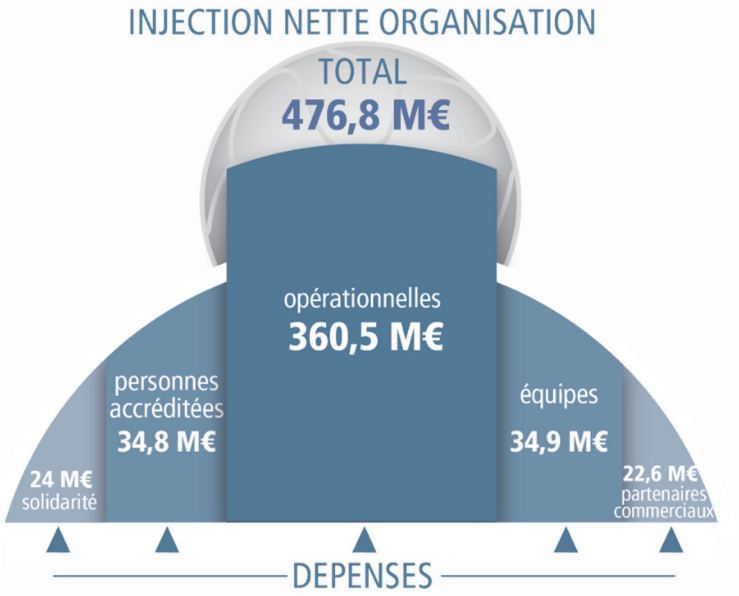
Sur ce point, nous n'avons appuyé notre calcul que sur les recettes commerciales en provenance de sponsors et partenaires étrangers de l'UEFA Euro 2016TM. En effet, dans ce secteur plus que dans tout autre, l'effet de substitution joue pleinement pour les sponsors nationaux : si l'Euro n'avait pas eu lieu en France, les budgets des annonceurs français auraient été répartis sur d'autres campagnes. Nous avons donc entièrement exclu du champ du calcul les dépenses des sponsors nationaux. Il s'agit cependant là aussi d'une hypothèse conservatrice dans la mesure où il se peut que certains partenaires auraient investi dans des programmes d'activation à l'étranger si l'Euro n'avait pas eu lieu en France.

D'après le budget d'organisation, les recettes commerciales de l'UEFA Euro 2016TM se sont établies à 483,8 M€ au total, dont 451,2 M€ en provenance de l'étranger. En faisant l'hypothèse volontairement conservatrice de dépenses d'activation réalisées sur le territoire français de 5% de l'investissement initial[21], **l'injection nette de revenus au sein de l'économie nationale se chiffre sur ce plan à 22,6 M€**.

[21] Les experts en marketing sportif estiment que les dépenses d'activation sont souvent 1 à 2 fois supérieures aux dépenses initiales consenties pour l'obtention du partenariat. Dans le cadre des entretiens menés par le CDES lors de la réalisation de l'étude d'impact économique et d'utilité sociale de l'UEFA Euro 2016TM ex-ante (2014), les responsables de l'UEFA avaient indiqué que le montant des droits d'entrée et le contexte économique actuel avaient tendance à réduire cette part d'activation. Un ratio d'un euro de dépenses d'activation pour un euro investi en sponsoring leur apparaissait plus réaliste. Les programmes d'activation des sponsors globaux ne se réalisant pas uniquement sur le territoire français, notre hypothèse de 5% apparaît comme conservatrice mais réaliste aux acteurs que nous avons interrogés

1.4 Synthèse impact primaire « Organisation »

Sur la base de l'ensemble des éléments que nous avons présenté successivement, nous obtenons une injection nette liée à l'organisation de l'UEFA Euro 2016TM de 476,8 M€.



2. Impact touristique

2.1 Dépenses visiteurs grand public

a) Calcul des dépenses touristiques des visiteurs grand public

Afin d'évaluer l'injection nette de revenus au sein de l'économie nationale, nous avons dans un premier temps été conduits à dénombrer le nombre de visiteurs grand public venus spécifiquement en France pour assister à l'UEFA Euro 2016™ dans les stades ou au sein des fan zones. Les données mises à notre disposition par l'UEFA nous ont permis de disposer d'une information de grande qualité avec une typologie de spectateurs par nationalité. Dans un second temps, notre enquête en ligne nous a permis de connaître la durée moyenne de séjour des spectateurs ainsi que leur panier de dépenses par jour et par personne. Au final, l'impact primaire est mesuré de la façon suivante :

[Impact touristique = nombre de visiteurs x durée moyenne de séjour x dépenses/jour/personnes]

- **Calcul du nombre de visiteurs**

Concernant les spectateurs grand public, les données transmises par l'UEFA permettent de comptabiliser le nombre de clients (acheteurs de billets) selon leur nationalité. Afin d'obtenir le nombre de spectateurs uniques venus au stade pour chaque nationalité, le nombre de clients est divisé par le nombre moyen de matchs vus (2,31, voir le détail en Annexe 9). Les spectateurs dont la nationalité représente moins de 1% du total des spectateurs sont regroupés en deux catégories : les nationalités européennes et les autres nationalités hors Europe. Suite à ce calcul, on estime que l'UEFA Euro 2016™ a attiré un total de 573 000 spectateurs uniques (détenteurs de billets).

Notre enquête en ligne permet également d'estimer que 6,5% des visiteurs étrangers venus pour l'UEFA Euro 2016™ ne sont pas détenteurs de billets et n'ont pas suivi la compétition au stade mais exclusivement dans des lieux publics, fan zones, bars, lieux publics. Cette catégorie de visiteurs représente 40 000 personnes et leurs hypothèses de dépenses sont présentées en Annexe 10.

Au total, l'UEFA Euro 2016™ a attiré en France 613 000 visiteurs étrangers (détenteurs de billets ou non).

Dans ce total, notre enquête nous a permis d'identifier 3 catégories de spectateurs :

- les visiteurs occasionnels sont les visiteurs qui ne sont pas venus en France spécifiquement pour suivre la compétition (7,5%) et qui par conséquent doivent être exclus du calcul d'impact économique ;
- les excursionnistes sont ceux qui viennent spécifiquement pour voir un (ou plusieurs) match(s) mais qui ne restent pas plus d'un jour en France (5%). Ces personnes sont susceptibles de venir à plusieurs reprises en France au cours de la compétition. De manière générale, ces visiteurs n'ont pas prévu d'hébergement marchand en France. Ces spectateurs sont intégrés au calcul d'impact économique ;
- les touristes sportifs (87,5%) sont les personnes venues spécifiquement pour l'UEFA Euro 2016™ et ayant passé au minimum deux jours sur le territoire français. Ce sont de leurs dépenses que provient la majeure partie de l'impact économique.

Type de spectateurs	Nombre	%	Inclus dans le calcul d'impact économique
Occasionnels	46 000	7,5 %	Non
Excursionnistes	30 500	5%	Oui
Touristes	536 500	87,5%	Oui
Total	**613 000**	**100%**	

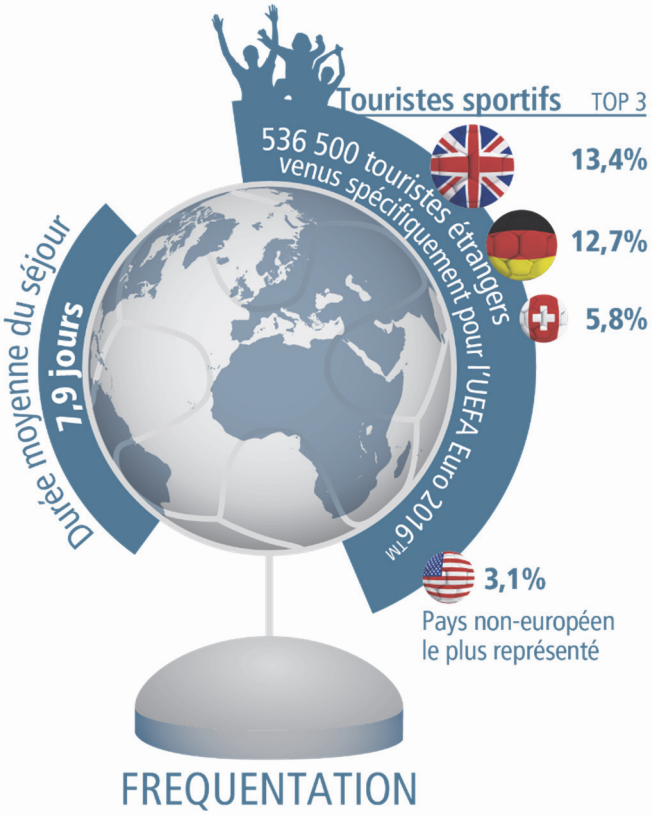
- **Durée moyenne de séjour**

La durée moyenne de séjour en France pour assister à l'UEFA Euro 2016™ est de 7,9 jours. Cette durée de séjour est plus élevée que celle observée pour les touristes étrangers classiques qui s'élève à 7,2 jours en 2014[22].

Les personnes étant restées le plus longtemps en France sont les supporters non-Européens (9,9 jours) et les supporters passant une partie de leur séjour à Paris (9,2 jours). En effet, 53% des visiteurs étrangers ont profité de la compétition pour passer un court séjour dans la capitale (de 4 jours en moyenne).

[22] Le 4 pages de la DGE, Etudes économiques, N°47-juil 2015.

Parmi les touristes sportifs, c'est-à-dire ceux venus spécifiquement en France pour suivre l'UEFA Euro 2016™, les plus présents sont les Britanniques (13,4%), les Allemands (12,7%) et les Suisses (5,8%). De manière générale, les touristes européens dont l'équipe nationale participait à la compétition représentent plus de 80% des spectateurs. Parmi les pays non européens, ce sont les Etats-Unis qui sont les plus représentés avec 3,1% de spectateurs.

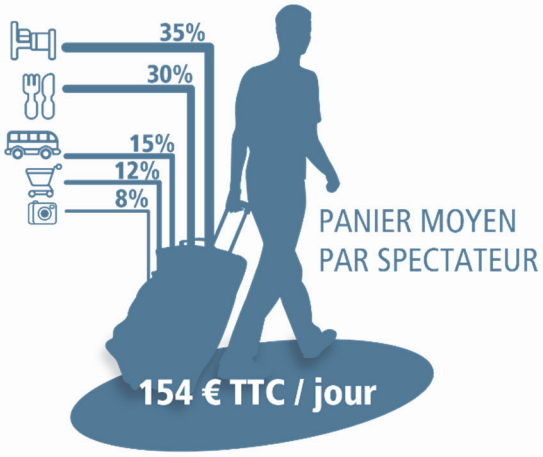


- **Panier moyen de dépenses journalières**

Les spectateurs ont également été interrogés sur leurs dépenses en France sur la totalité de leur séjour à l'occasion de l'UEFA Euro 2016™. Deux précisions s'imposent ici quant aux dépenses intégrées dans le calcul du panier moyen :

- les dépenses liées à l'achat de billets ne sont pas comptabilisées puisqu'elles constituent une recette de l'organisateur ;
- seule une part des dépenses pour venir en France est comptabilisée, distincte selon le moyen de transport privilégié par les spectateurs pour se rendre en France (le détail figure dans l'Annexe 12).

L'enquête menée auprès du public nous a permis de déterminer un panier moyen de 154€ TTC par jour et par personne soit 134€ HT. Nous raisonnerons en montants hors taxes car nous avons estimé les recettes fiscales additionnelles dans une prochaine section. Il se décompose de la manière suivante :



Les montants dépensés par les spectateurs fluctuent selon leurs nationalités. Ainsi, ce sont les Turcs (263€ TTC), les Américains (224€ TTC) et les Islandais (185€ TTC) qui ont consenti les dépenses les plus élevées. Les détails de paniers moyens par nationalité sont disponibles en Annexe 9.

Comme nous l'avons fait pour la durée de séjour, il serait intéressant de comparer le panier moyen des spectateurs étrangers de l'UEFA Euro 2016™ avec le panier moyen d'un touriste « classique ». Malheureusement, une telle donnée n'existe pas au niveau de la comptabilité nationale. Certaines données existent en revanche au niveau régional. A titre d'exemple, en ce qui concerne l'Ile-de-France il apparaît que le panier moyen journalier des touristes sportifs étrangers de l'UEFA Euro 2016™ est supérieur à celui d'un touriste classique (116€) mais aussi à celui d'un touriste venu spécifiquement dans la région pour assister à l'UEFA Euro 2016™ (146€).[23]

- **Injection brute**

Afin de calculer l'injection brute, nous nous sommes appuyés sur les résultats de notre enquête qui nous ont permis de déterminer une dépense moyenne par jour et par personne, ainsi qu'une durée moyenne de séjour spécifique pour chacune des nationalités détentrices de billets ainsi que pour les spectateurs non détenteurs de billets (cf Annexes 9 et 10). Nous avons donc effectué le calcul présenté ci-dessus pour chaque nationalité de détenteurs de billets ainsi que pour les non détenteurs de billets, venus spécifiquement pour l'UEFA Euro 2016™. La TVA a bien été neutralisée dans la consolidation des calculs.

[23] Voir l'étude BVA CRT IdF, 2016.

Dans le détail, cette injection brute se répartit de la façon suivante.

Décomposition de l'injection brute (en M€ HT)	Transport pour venir en France	Transport local	Hébergement	Alimentation	Tourisme loisirs	Autres	TOTAL
Spectateurs grand public	42,5	96,2	195,8	173,5	46,9	68,5	623,4

Les dépenses concernant le transport pour venir en France sont une estimation de la part des dépenses nationales dans les dépenses transport, dont le détail et les hypothèses de calcul sont présentées en Annexe 13.

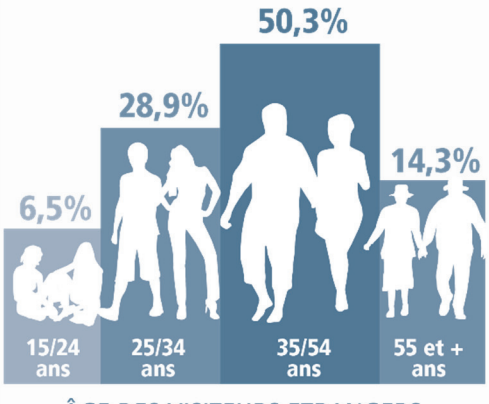
La somme des dépenses des spectateurs grand public de chaque nationalité permet d'estimer une injection nette de revenus de 623,4 M€.

b) Autres données des spectateurs grand public

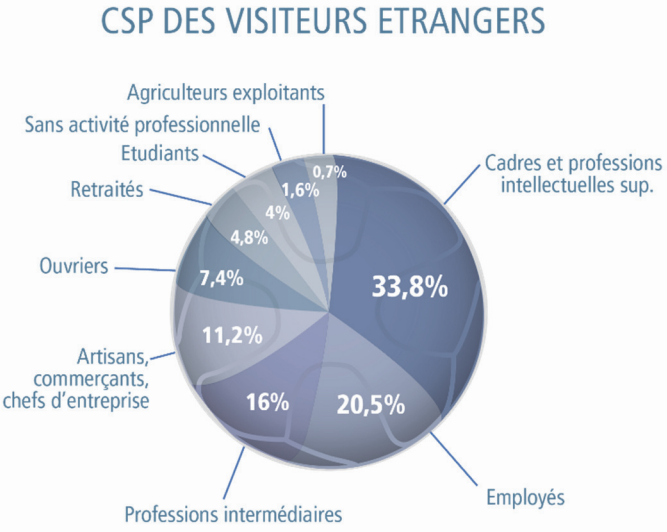
L'enquête en ligne effectuée auprès de 133 300 spectateurs étrangers de l'UEFA Euro 2016™ permet de disposer de nombreuses données intéressantes au-delà de leurs comportements de dépenses.

- **Profil socio-démographique**

90% des visiteurs étrangers de l'UEFA Euro 2016™ sont des hommes, dont l'âge moyen se situe entre 35 et 54 ans. Plus d'un tiers des spectateurs sont des cadres ou exercent une profession intellectuelle supérieure.



ÂGE DES VISITEURS ETRANGERS



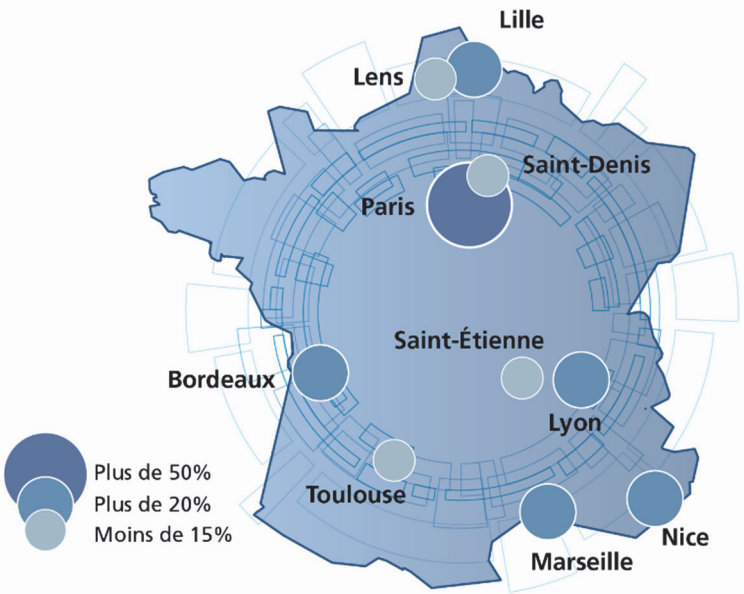
L'UEFA Euro 2016™ est un événement festif et convivial, l'occasion de voyager et de partager des moments entre amis (55,2%) ou en famille (35,7%), même si certains sont tout de même venus seuls pour suivre la compétition (9,1%).

- **Le séjour en France**

Notre enquête nous indique que les visiteurs venus à l'occasion de l'UEFA Euro 2016™ étaient déjà majoritairement venus en France (78,2%). La plupart d'entre eux témoignent d'un très fort intérêt pour les grands événements sportifs internationaux, puisque 69,6% ont indiqué avoir déjà voyagé à l'étranger pour en suivre un.

Sur le plan géographique, notre enquête nous permet de connaître les villes dans lesquelles ont séjourné les visiteurs (au moins une nuit sur place). Cette information nous indique qu'ils ont majoritairement choisi l'itinérance. Ainsi, au cours de leur séjour, les visiteurs ont séjourné en moyenne dans 2,18 villes accueillant la compétition. L'UEFA Euro 2016™ a également profité à d'autres villes françaises qui n'accueillaient pas la compétition : près d'un visiteur sur cinq (18,7%) déclare avoir profité de son séjour pour faire une étape dans une ou plusieurs autres villes de France. Les villes touristiques (côte Atlantique, côte d'Azur) mais aussi les villes des camps de base des équipes ont été privilégiées dans les parcours des supporters étrangers.

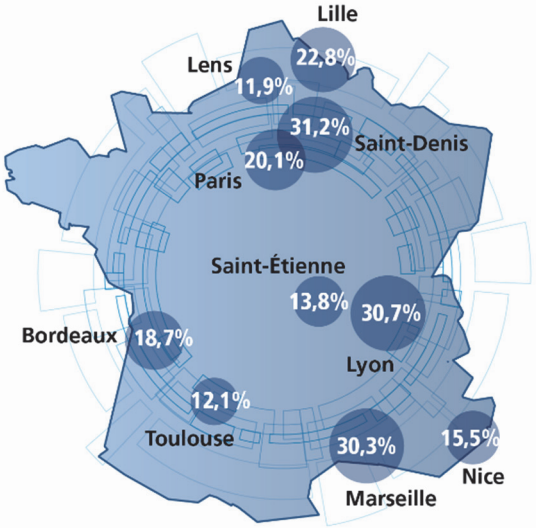
Dans le détail, Paris reste la ville la plus fréquentée par les spectateurs de l'UEFA Euro 2016™ (+ de 50% des visiteurs ont séjourné à Paris au cours de leur voyage) devant Lyon (33%) et Marseille (29%). Les informations concernant l'impact de ces fréquentations sur le nombre de nuitées hôtelières des villes accueillant la compétition sont développées dans la section 2.3.



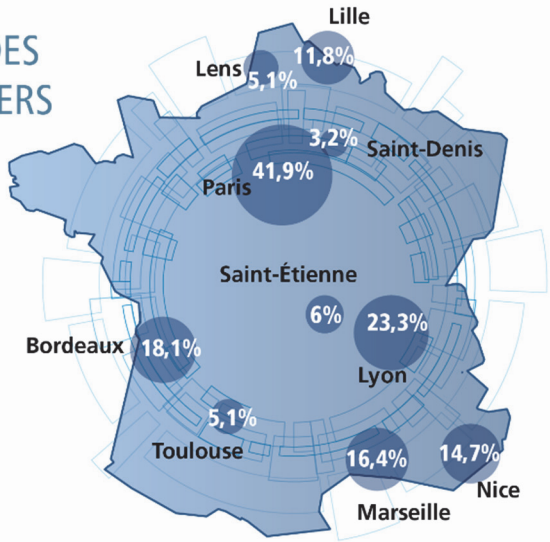
- **Les matchs**

Les personnes détenant des billets sont allées voir 2,31 matchs en moyenne au stade au cours de leur séjour. 44,7% d'entre elles sont également allées voir des matchs en fan zone. Les personnes ayant fréquenté ces espaces publics y ont en moyenne regardé 1,15 match. En revanche et contrairement avec ce qui avait pu être observé sur les Euro 2008 et 2012, très peu de touristes étrangers (6,5%) ont suivi la compétition exclusivement depuis les fan zones sans avoir de billet pour aller voir un match au stade. Il faut certainement y voir ici les effets du contexte spécial dans lequel s'est déroulé l'UEFA Euro 2016™ (sécurité, météo, situation sociale en France).

Les stades et les fan zones les plus fréquentés sont détaillés ci-dessous.



FREQUENTATION DES STADES PAR LES VISITEURS ETRANGERS



FREQUENTATION DES FAN-ZONES PAR LES VISITEURS ETRANGERS

- **Moyens et coût du transport international**

Le principal moyen de transport pour venir en France est l'avion, choisi par 55,8% des visiteurs. La voiture personnelle (32,9%) et le train (22,7%) sont les deux autres moyens de transport privilégiés. La location de voiture, le covoiturage, ou les transports maritimes ont été peu utilisés par les spectateurs.

En moyenne, un visiteur a dépensé 387€ pour venir en France. Cette dépense varie et est fortement corrélée à la distance entre la France et le pays de résidence du visiteur ; c'est pourquoi les spectateurs de nationalité non européenne ont des coûts de transport pour venir en France bien plus élevés que les visiteurs européens.

- **Satisfaction**

L'organisation de l'UEFA Euro 2016™ s'est avérée être une belle réussite et avoir pleinement répondu aux attentes des fans. C'est en tout cas le ressenti des spectateurs ayant assisté à la compétition puisque 88,7% d'entre eux s'avèrent extrêmement satisfaits de leur séjour et 95% sont prêts à revenir en France à l'occasion d'un autre événement sportif ou pour d'autres motifs. Si on isole les personnes ayant découvert la France grâce à l'UEFA Euro 2016™, la quasi-totalité d'entre elles se déclarent par ailleurs massivement prêtes à revenir sur le territoire (92%).

Au final, seulement 11,3% des spectateurs se déclarent déçus de l'expérience vécue à l'occasion de l'UEFA Euro 2016™. Les personnes ayant fait part de leur mécontentement par rapport à la compétition l'ont justifié par l'organisation de la compétition elle-même (46,2% d'entre elles), l'accueil et l'ambiance (42,9%), le coût du séjour (36,4%) et les difficultés rencontrées dans les transports (30,4%).

2.2 Dépenses spectateurs « hospitalités »

Les modalités de calcul de l'impact sont les mêmes que pour les spectateurs grand public.

- **Calcul du nombre de spectateurs**

Les données transmises par l'UEFA permettent de comptabiliser le nombre total de billets à prestation vendus. Pour isoler uniquement le nombre de billets vendus aux étrangers, nous nous basons sur la même proportion de spectateurs étrangers que pour le grand public (60%). Afin d'obtenir le nombre de spectateurs uniques venus au stade avec une prestation hospitalité, le nombre de billets vendus aux étrangers est divisé par le nombre moyen de matchs vus par cette population (1,5). **Nous obtenons un total de 34 000 spectateurs hospitalités**.

- **Durée moyenne de séjour**

Il ne nous a pas été possible de pouvoir interroger directement les spectateurs « hospitalités ». Aussi pour établir leur durée moyenne de séjour et leur panier moyen de dépenses, nous avons été conduits à effectuer une série d'hypothèses reposant sur l'analyse d'études de grands événements sportifs précédents (championnats d'Europe de football, Coupe du Monde FIFA) et sur notre propre expérience en la matière. Cette durée moyenne a été estimée à 4 jours.

- **Panier moyen de dépense**

Les hypothèses prises concernant la ventilation des dépenses pour les spectateurs hospitalités est la suivante :

Dépenses journalières par personne (HT)	Transport pour venir en France	Transport local	Hébergement	Restauration /alimentation	Tourisme loisirs	Autres
Spectateurs hospitalités	580€	32€	180€	62€	16€	24€

Le panier moyen d'un spectateur hospitalité venu pour l'UEFA Euro 2016™ s'élève donc à 314€, sans comptabiliser ses dépenses pour venir en France.

- **Calcul des dépenses spectateurs**

Dépenses (en M€ HT)	Transport pour venir en France	Transport local	Hébergement	Alimentation	Tourisme loisirs	Autres	TOTAL
Spectateurs Hospitalités	6,4	4,2	18,3	8,1	2,1	3,1	42,2

Les dépenses concernant le transport pour venir en France sont une estimation de la part des dépenses nationales dans les dépenses transport dont le détail et les hypothèses de calcul sont présentes en Annexe 13.

La somme des dépenses par secteur équivaut à une injection nette de 42,2 millions d'euros dans l'économie française de la part des spectateurs hospitalités.

2.3 Effet d'éviction

a) Un effet difficile à estimer en raison d'un contexte touristique délicat

Si l'UEFA Euro 2016™ a attiré un très grand nombre de fans étrangers, comme tout événement sportif de cette envergure il s'est également accompagné d'un effet d'éviction classique. Celui-ci se matérialise traditionnellement par une éviction de dépenses de consommation touristique : des visiteurs, par crainte des nuisances liées à l'organisation de l'UEFA Euro 2016™ (hausse des tarifs hôteliers, congestion des infrastructures de transport ou de certains sites touristiques), peuvent avoir purement et simplement annulé un séjour prévu en France pour privilégier une autre destination. Il convient alors de déduire de l'injection calculée précédemment le montant correspondant aux annulations de séjour de la part de touristes étrangers.

Le calcul d'un tel effet d'éviction n'est pas aisé. En effet, il est très délicat de connaître avec précision le nombre de touristes ayant décidé d'annuler leur séjour. Déjà compliquée en temps normal, cette tâche est rendue d'autant plus ardue par le contexte dans lequel s'est déroulée la compétition et qui a largement affecté le tourisme au niveau français :

- une incertitude forte sur la sécurité : l'année 2015 a été marquée par la double série d'attentats (janvier et novembre) qui a eu un impact considérable sur l'industrie touristique française, en particulier pour l'Ile-de-France ;
- un contexte social extrêmement tendu : le printemps 2016 a été marqué par de nombreux mouvements sociaux. Au-delà du phénomène de paralysie assez classique en lien avec ce genre de mouvements (grèves dans les transports notamment), les images d'affrontements entre policiers et manifestants ou encore la grève dans le secteur du ramassage des ordures ont également pu inciter des touristes étrangers à remettre en cause leur séjour en France ;
- une météo printanière très dégradée : les très fortes pluies et les inondations ayant frappé la France et Paris au printemps 2016 ont également pu avoir un impact négatif sur la fréquentation touristique étrangère.

Dans un tel contexte, il nous semble, comme cela transparaît dans les chiffres de fréquentation présentés ci-dessous, que l'UEFA Euro 2016™, au-delà d'un effet d'éviction traditionnel, a pu jouer un rôle « d'amortisseur ». Plus exactement, il faut se poser la question suivante : la situation très dégradée de la fréquentation touristique n'aurait-elle pas été encore plus mauvaise sans l'organisation de l'Euro 2016 ?

b) Modalités de calcul

Avant de pouvoir estimer l'effet d'éviction dû à l'UEFA Euro 2016™, il est primordial de comptabiliser le nombre total de nuitées hôtelières directement liées à cet événement pour l'ensemble des populations : que ce soit les touristes étrangers (supporters grand public et hospitalités), mais également les personnes accréditées travaillant pour la compétition.

Les nuitées uniquement réalisées dans les régions des villes hôtes doivent être comptabilisées. En effet, certains spectateurs ont profité de leur séjour pour visiter d'autres régions de France n'accueillant pas l'événement et les délégations (en raison de la situation géographique des différents camps de base choisis) ont passé environ 60% de leurs nuitées en dehors des régions de l'UEFA Euro 2016™.

Type de population	Nombre de personnes	Nombre total de nuitées à l'hôtel*	% dans les 6 régions hôtes	Nombre de nuitées hôtelières dans les régions hôtes
Spectateurs Grand public	613 000	2 029 000	90%	1 826 000
Spectateurs Hospitalités	34 000	102 000	95%	97 000
Médias	7 000	136 000	100%	136 000
Prestataires / sécurité	2 000	25 000	100%	25 000
Organisation	1 000	37 000	100%	37 000
Délégations	2 000	37 000	40%	15 000
Bénévoles	89	0		0
Total		**2 331 000**		**2 135 000**

Les hypothèses et le calcul du nombre de nuitées hôtelières par type d'hébergement pour chaque population se trouvent en Annexe 11.

Toutes populations confondues, 2 135 000 nuitées ont été réalisées directement en lien avec l'UEFA Euro 2016™ en juin 2016 dans les 6 régions hôtes de la compétition.

- **Calcul de l'effet d'éviction en nombre de nuitées**

La prise en compte de l'effet d'éviction consiste à évaluer la fréquentation touristique étrangère d'une période hypothétique de juin 2016 sans UEFA Euro 2016™ et à la comparer à ce qui a été observé dans les faits. Dans notre calcul, les hypothèses suivantes ont été faites :

- l'effet d'éviction est étudié au niveau des régions hôtes. Par souci de comparabilité des données fournies par l'INSEE concernant le tourisme en France, nous nous sommes basés sur l'ancienne carte des Régions et non pas sur les 13 nouvelles régions issues de la réforme territoriale ;

- la prise en compte de l'effet d'éviction est principalement concentrée sur les hôtels. En effet, l'offre de logements chez l'habitant et entre particuliers (de type Air BnB, Abritel) a une plus forte capacité à s'ajuster à la demande : on considère donc que la demande supplémentaire due à l'UEFA Euro 2016™ a pu trouver une offre chez l'habitant sans parvenir à saturation ;
- l'effet d'éviction sera calculé uniquement sur le mois de juin 2016 même si la compétition s'est prolongée jusqu'au 10 juillet.

Afin de calculer un mois de juin 2016 hypothétique sans UEFA Euro 2016™ nous avons :

(1) calculé une année théorique de référence en prenant mois par mois la moyenne du nombre de nuitées des touristes étrangers pour chaque région sur les trois dernières années (2013, 2014, 2015) ;

(2) estimé une tendance pour l'année 2016 réelle en comparant le nombre de nuitées réellement comptabilisées en avril, mai, juillet et août 2016 par rapport aux mois d'avril, mai, juillet et août de l'année théorique de référence.

(3) appliqué cette tendance au mois de juin théorique de référence pour obtenir le nombre de nuitées par les touristes étrangers au mois de juin sans UEFA Euro 2016™, et ce pour chacune des régions concernées.

	Tendance annuelle 2016 (2)	Variation juin 2016 vs moyenne des mois de juin des 3 années précédentes
Aquitaine	+16%	+45%
Ile de France	-16%	- 10%
Midi Pyrénées	- 4%	7%
Nord Pas de Calais	12%	60%
PACA	- 8%	7%
Rhône Alpes	15%	33%
National	- 8%	0%

Au regard des données fournies par l'INSEE, le nombre réel total de nuitées de visiteurs étrangers du mois de juin 2016 sur les six régions hôtes est de 5 770 000, dont 2 135 000 sont directement liées à l'Euro 2016.

D'autre part, la méthodologie décrite ci-dessus nous permet d'estimer à 5 170 000 le nombre de nuitées de visiteurs étrangers en France (sur les 6 régions hôtes) pour un mois de juin sans UEFA Euro 2016™.

Effet d'éviction = Nombre de nuitées total pour un mois de juin sans UEFA Euro 2016™ – (Nombre réel de nuitées en juin 2016 – Nombre de nuitées directement liées à l'UEFA Euro 2016™)

Effet d'éviction = 5 170 000 – (5 770 000 – 2 135 000) = 1 535 000 nuitées

- **Calcul économique de l'effet d'éviction**

Ces 1 535 000 nuitées représentent économiquement :

- 150 millions d'euros de dépenses touristiques (HT). Les mêmes hypothèses de dépenses que pour le calcul de l'impact touristique ont été appliquées. Le détail de ce calcul se trouve en Annexe 15 ;
- 15 millions d'euros de dépenses au bénéfice d'acteurs nationaux pour le transport pour venir en France, toujours selon les mêmes modalités de calcul décrites précédemment.

L'effet d'éviction représente donc un total de 165 millions d'euros qu'il faudra retirer de l'impact touristique.

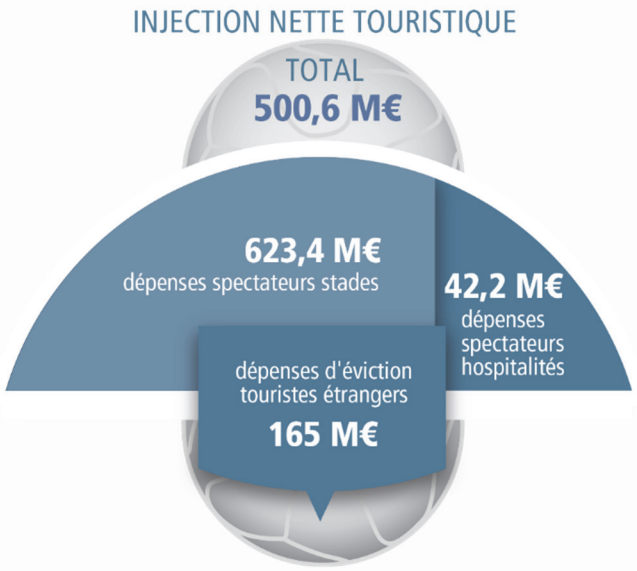
Il faudra aussi retirer les taxes qui n'ont pas été générées du fait de la non-venue de ces visiteurs :

- 20 M€ de recettes TVA ;
- 1,5 M€ de taxes de séjour ;
- 0,4 M€ de taxes d'aéroport.

Les modalités de calcul des différentes taxes sont développées dans le chapitre suivant.

2.4 Synthèse impact primaire touristique

Sur la base de l'ensemble des éléments que nous avons présenté successivement, nous obtenons une injection nette liée au tourisme de 500,6 M€.



CHAPITRE 3

CALCUL DE L'IMPACT TOTAL DE L'UEFA EURO 2016™

1. IMPACT ECONOMIQUE TOTAL

2. LES EFFETS DE L'UEFA EURO 2016™ SUR L'EMPLOI EN FRANCE

3. APPROCHE FISCALE

CDES Centre du Droit et de l'Économie du Sport
keneo sport solutions
Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
MINISTÈRE DE LA VILLE, DE LA JEUNESSE ET DES SPORTS
OBSERVATOIRE DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

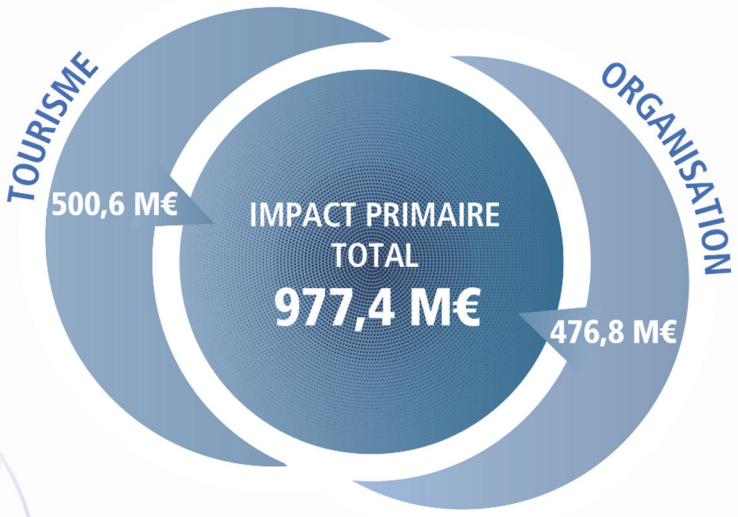
1. Impact économique total

1.1 Impact économique primaire

Sur la base des calculs effectués précédemment, nous pouvons calculer l'impact économique primaire de l'UEFA Euro 2016™, c'est-à-dire l'injection nette de revenus initiale dans l'économie nationale. Cet impact économique primaire est donc composé de :

- **l'impact organisation** et ses diverses composantes ;
- **l'impact touristique** généré par l'afflux de visiteurs étrangers.

Au final, **nous estimons que l'impact économique primaire de l'UEFA Euro 2016™ s'établit à 977,4 M€**.



MINISTÈRE DE LA VILLE, DE LA JEUNESSE ET DES SPORTS
OBSERVATOIRE DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

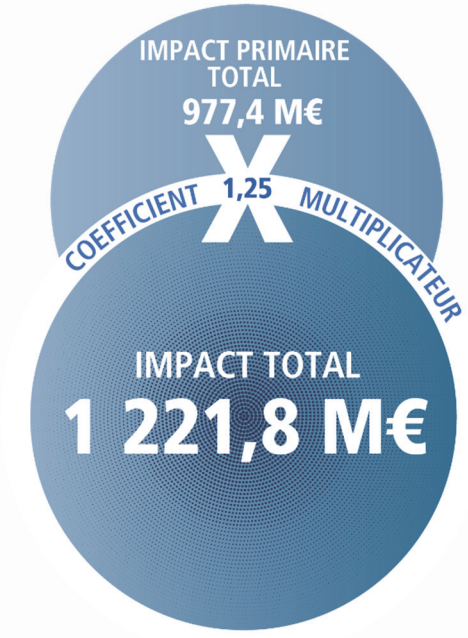
1.2 Impact économique total

Comme nous l'avons présenté dans le chapitre consacré à la méthodologie (chapitre 1), l'impact économique total de l'UEFA Euro 2016™ au niveau national est constitué de :

- **l'impact primaire**, c'est-à-dire l'injection nette de revenus initiale au sein de l'économie nationale du fait de l'organisation de l'UEFA Euro 2016™ en France ;
- **l'impact secondaire**, composé de l'impact indirect (échanges interindustriels) et induit (réinjection de revenus au sein de l'économie du fait de la stimulation initiale de l'activité économique nationale.

La détermination de l'impact économique total est réalisée par l'application d'un multiplicateur keynésien dont la valeur a été estimée à l'aide du modèle Mésange de l'INSEE à l'impact primaire que nous avons déterminé. Ainsi, **l'impact économique total de l'UEFA Euro 2016™ au niveau national est évalué à 1 221,8 M€.** Il se décompose donc en :

- 977,4 M€ d'impact primaire.
- 244,4 M€ d'impact secondaire.



2. Les effets de l'UEFA Euro 2016™ sur l'emploi en France

Dans le cadre de la présente étude, le périmètre d'analyse de l'emploi correspond aux volumes d'activités supplémentaires imputables à l'UEFA Euro 2016™. Cette activité supplémentaire peut avoir bénéficié à des personnes déjà salariées ou généré des embauches. Les résultats ne doivent donc pas être interprétés comme des créations d'emploi.

Le calcul porte sur le volume d'activité supplémentaire dû à l'UEFA Euro 2016™ (base identique à celle pour le calcul d'impact).

2.1 Méthode de calcul

Pour les emplois directement liés à l'organisation opérationnelle, nous avons utilisé les données issues des accréditations UEFA valables sur toute la durée de l'événement (les accréditations à la journée n'ont pas été comptabilisées pour le calcul). Par ailleurs, nous avons estimé le nombre de jours de travail.

- Pour les employés de l'Euro 2016 SAS, les effectifs étaient de 400 personnes, employées en moyenne pendant 8,5 mois.
- Pour les populations accréditées (prestataires / sécurité) résidant en France, nous avons considéré 100% des effectifs (40 200, dont 18 600 pour la sécurité et 21 400 pour les autres prestataires), avec l'équivalent de 3 semaines de travail.
- Pour les médias, nous avons comptabilisé seulement 20% des effectifs résidant en France en temps plein. En effet, nous avons considéré que 80% des effectifs auraient été employés sans l'UEFA Euro 2016™ en France, soit en travaillant sur l'événement à l'étranger, soit en travaillant sur d'autres sujets en France. Les 20% pris en compte correspondent ainsi aux travailleurs indépendants et pigistes employés spécifiquement pendant l'événement.

Pour les emplois induits par l'activité économique supplémentaire, nous avons estimé l'équivalent en mois travaillés sur la base des ratios entre nombre d'emplois et chiffres d'affaires des secteurs d'activités concernés[24]. Le chiffre d'affaire supplémentaire correspond à la somme des dépenses effectuées par toutes les personnes venues spécifiquement pour l'UEFA 2016™ (visiteurs, médias, prestataires, bénévoles, etc.) pour chacun des secteurs d'activités ci-dessous.

	CA supplémentaire (en M€)	Equivalent emplois sur juin 2016
Hôtellerie	181,5	22 100
Restauration	189,3	27 300
Transports (urbain et ferroviaire)	156,2	17 400
Tourisme/loisirs	50,1	2 100
Commerce (alimentaire et non alimentaire, de détail et artisanat commercial)	73,9	3 000
TOTAL		**71 900**

2.2 Synthèse sur l'emploi

	Équivalent mois travaillés pendant l'événement
Organisation	400
Médias	700
Prestataires / sécurité	30 000
Hôtellerie	22 100
Restauration	27 300
Transport	17 400
Commerces	3 000
Loisirs / tourisme	2 100
TOTAL	**103 000**

[24] Sources : enquête en ligne réalisée auprès des spectateurs de l'UEFA Euro 2016™, chiffres clés du transport 2016 du Commissariat Général au développement durable (http://www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/reperes-transport-ed2016-3.pdf), rapport d'activité des Fédérations professionnelles, rapports de l'INSEE, presse.

À ces équivalents de mois travaillés pendant l'événement, il faut ajouter les mois travaillés pendant la préparation de l'événement :

- 7,5 mois en moyenne par employé de l'organisation, soit 3 000 mois travaillés ;
- 0,5 mois en moyenne pour les prestataires (hors sécurité), soit 11 150 mois travaillés.

Au total, le volume d'activité généré en France du fait de l'organisation de l'UEFA Euro 2016™ s'établit donc à 117 150 mois travaillés au cours de l'année 2016, soit 9 762 Equivalents Temps Plein annuels.

3. Recettes fiscales additionnelles

L'activité économique supplémentaire sur le territoire français directement imputable à l'UEFA Euro 2016 a généré des recettes fiscales complémentaires. Les principales recettes prises en compte dans cette étude sont les recettes de TVA, les taxes de séjour et les taxes d'aéroport.

3.1 Recettes TVA

Conformément à une recommandation formulée par la Cour des Comptes suite à l'étude d'impact économique ex-ante réalisée en 2014[25], les recettes TVA liées aux dépenses d'organisation n'ont pas été prises en comptes dans le calcul. En effet, les mécanismes de récupération de TVA permettent aux entreprises assujetties de déduire, sous certaines conditions, la TVA payée sur leurs achats professionnels. Au final, le mécanisme de paiement/récupération de TVA par les entreprises assujetties se traduit par un jeu à somme nulle pour l'Etat.

Seules les recettes TVA générées par l'activité économique des visiteurs étrangers (grand public et hospitalités) venus en France pour l'Euro 2016 ont donc été intégrées. Sur la base de la ventilation des dépenses réalisées par les visiteurs étrangers par type de dépense, un taux moyen de TVA a été affecté à chaque type de dépense.

Les recettes de TVA correspondant à l'activité supplémentaire sont ainsi évaluées à 90 M€. Pour apprécier l'impact net de l'UEFA Euro 2016™ sur ce plan, il faut en revanche déduire le montant de TVA non généré du fait de l'éviction touristique. En effet, les annulations de séjour de certains touristes étrangers en raison de l'organisation de la compétition se traduisent par une perte de TVA pour l'Etat. Sur la base du montant de l'effet d'éviction établi précédemment, celle-ci est de l'ordre de 20 M€.

Les recettes nettes supplémentaires (prenant en compte l'effet d'éviction) sont donc de l'ordre de 70 M€ de TVA.

[25] Impact économique et social de l'UEFA EURO 2016, étude réalisée par le Centre de Droit et d'Economie du Sport, décembre 2014.

3.2 Taxes de séjour

La base de calcul est le nombre de nuitées des visiteurs étrangers, réparti selon le mode d'hébergement. Les montants moyens de taxes de séjour pris comme hypothèses sont les suivants :

- hôtels : 1 € par personne et par nuit ;
- location de particulier à particulier : 0,75 € par personne et par nuit ;
- gîte et maison d'hôte : 0,5 € par personne et par nuit ;
- camping et auberge de jeunesse : 0,25 € par personne et par nuit.

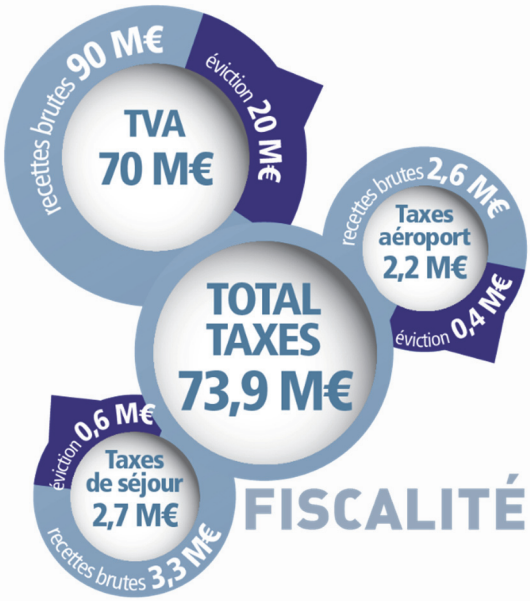
Au total, le montant des taxes de séjour est égal à 3,3 M€. Le montant des taxes de séjour correspondant à l'effet d'éviction est de l'ordre de 0,6 M€. Le détail du calcul figure en Annexe 14.

En prenant en compte l'effet d'éviction, le montant supplémentaire de taxes de séjour lié à l'UEFA Euro 2016™ est égal à 2,7 M€.

3.3 Taxes d'aéroport

Les taxes d'aéroport ont été calculées sur la base du nombre de visiteurs étrangers arrivant en France par avion. Les vols intérieurs réalisés par les visiteurs étrangers n'ont pas été intégrés pour les taxes d'aéroport. Nous avons établi un montant moyen d'une taxe d'aéroport de 8 euros par personne arrivant en avion en France. Sur la base des données issues des enquêtes, les recettes brutes de taxes d'aéroport s'élèvent à 2,6 M€. Les taxes d'aéroport correspondant à l'effet d'éviction sont de l'ordre de 0,4 M€.

Au total, le supplément de taxes d'aéroport (prenant en compte l'effet d'éviction) est donc de l'ordre de 2,2 millions d'euros.



CONCLUSION

MINISTÈRE DE LA VILLE, DE LA JEUNESSE ET DES SPORTS

OBSERVATOIRE DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

L'impact économique de l'UEFA Euro 2016™ s'élève à 1,221 milliard d'euros. On pourrait discuter longuement de la signification d'un tel montant rapporté au Produit Intérieur Brut français (qui s'élevait à 2 181,1 milliards d'euros en 2015[26]) ou au résultat obtenu pour d'autres grands événements sportifs (rappelons que l'impact économique national de la Coupe du Monde de Rugby 2007 en France avait été évalué à environ 540 M€).

Ce que nous retenons, c'est que l'événement a contribué de façon tangible à un surcroit d'activité économique, à la fois par les dépenses d'organisation et par les dépenses des visiteurs étrangers. En particulier, la venue de près de 600 000 touristes étrangers pour l'événement a pu contribuer à amortir la baisse touristique constatée à l'échelle nationale.

Au-delà du résultat quantitatif, l'intérêt de la présente étude réside aussi dans les enseignements que l'on peut en tirer au niveau de son élaboration mais également pour les perspectives d'avenir qu'elle ouvre dans la conception de nouvelles études d'impact.

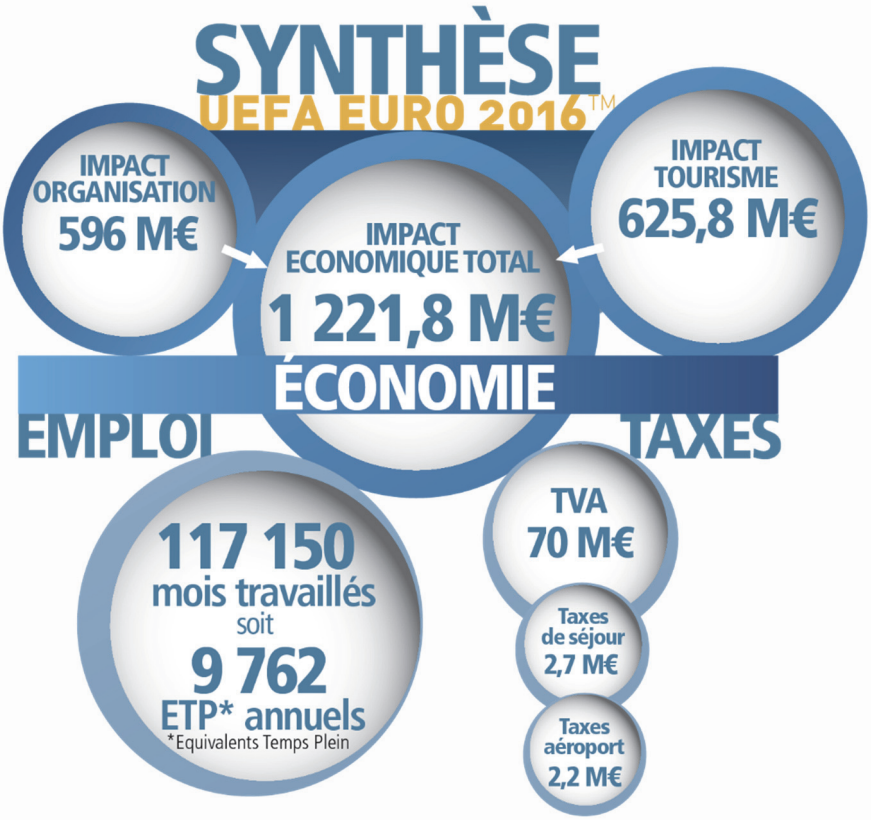
- **Principaux résultats : chiffres clés**

L'économie nationale a bénéficié d'un surcroît d'activité par rapport à une situation (hypothétique) sans UEFA Euro 2016™. Notre étude laisse ainsi apparaître un impact économique total de 1,221 milliard d'euros provenant à la fois de l'organisation de la compétition (596 millions d'euros) et de l'activité touristique supplémentaire qu'elle a généré (625,8 millions d'euros).

Au-delà de l'injection de revenus au sein de l'économie nationale, la compétition a également constitué une opportunité d'emplois. Nous avons ainsi estimé qu'elle avait généré un volume d'activité supplémentaire net de 117 150 mois travaillés soit un total de 9 762 emplois équivalent temps plein sur l'année 2016.

[26] Source : Insee, comptes nationaux annuels - base 2010.

Sur le plan fiscal, la compétition s'est également traduite par des recettes additionnelles en matière de taxe sur la valeur ajoutée (70 millions d'euros), de taxes de séjour (2,7 millions d'euros) et de taxes d'aéroport (2,2 millions d'euros).



- **Principaux enseignements : facteurs clés**

Une rigueur méthodologique

Sur la base de notre expérience et de l'analyse bibliographique sur le sujet, nous avons clairement identifié les pièges à éviter dans le calcul d'impact pour obtenir une mesure crédible. Cela implique tout d'abord de définir correctement la notion d'impact en référence à la situation de l'économie sans l'événement et de poser clairement les hypothèses nécessaires pour répondre à la question : que se serait-il passé si l'événement n'avait pas eu lieu ? Cela s'applique tout particulièrement à l'évaluation de l'effet de substitution, de l'effet d'éviction, des fuites et du multiplicateur. Sur ce dernier point, le travail de l'INSEE pour le calcul du multiplicateur à partir du modèle Mésange est également un gage de robustesse. Nous avons ainsi soigneusement présenté toutes ces hypothèses pour aboutir à un calcul d'impact primaire précis.

Une information fiable et de qualité

Une étude d'impact solide n'est envisageable qu'à la condition de disposer d'une information la plus exhaustive possible. Cela passe par la pleine coopération de l'organisateur. En fournissant des données précises sur les dépenses d'organisation et en relayant l'enquête auprès de tous les acheteurs étrangers de billet, l'UEFA et EURO 2016 SAS ont permis de disposer d'informations fiables et de collecter plus de 17 000 questionnaires exploitables.

Ces deux facteurs clés permettent de disposer d'une étude légitime et crédible et ainsi de mieux appréhender les enjeux de l'accueil d'un grand événement sportif. Les informations relatives aux dépenses d'organisation renseignent sur les conditions à remplir pour optimiser leur impact sur le territoire national ; les informations sur les dépenses des visiteurs sont d'une très grande richesse par rapport au profil socio-démographique des spectateurs étrangers, leur durée de séjour, leur panier moyen de dépenses, la nature de leurs dépenses, ce qui là encore permet de faire émerger des conditions d'optimisation de leur impact.

- ## Principales perspectives d'avenir

Nous pensons que cette étude pourrait être utile dans **une triple perspective** :

- on a les bases d'une méthode standard d'étude d'impact économique. Celle-ci pourrait être prise en compte à l'avenir dans un cahier des charges précis lors des appels d'offre publics. Trois avantages sont liés à une telle standardisation : éviter les études complaisantes qui surévaluent systématiquement l'impact ; effectuer des comparaisons de résultats relatifs à divers événements (puisqu'obtenus avec la même méthode) ; imposer des comparaisons entre des études *ex-ante* et *ex-post* là encore pour éviter des abus ;
- il serait souhaitable, dans le cas d'événements multi-sites en particulier, de prendre en compte la dimension territoriale de l'événement. Le calcul d'impact pourrait s'effectuer au niveau de chaque territoire d'accueil avec la méthode standardisée. Des comparaisons seraient possibles et on pourrait en tirer des outils de bonnes pratiques ;
- il serait enfin envisageable d'analyser la totalité du cycle de vie de l'événement. L'impact économique est différent selon que l'on est dans sa phase de préparation ou de déroulement mais également dans sa phase d'héritage. Des instruments d'aide à la décision sont à élaborer pour planifier suffisamment tôt l'organisation de l'événement et préparer au mieux son héritage.

CDES Centre de Droit et d'Économie du Sport

keneo sport solutions

IMPACT ECONOMIQUE DE L'UEFA EURO 2016™

ANNEXES

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

MINISTÈRE DE LA VILLE, DE LA JEUNESSE ET DES SPORTS

OBSERVATOIRE DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

ANNEXES

IMPACT ECONOMIQUE DE L'UEFA EURO 2016™

Annexe 1 Membres du comité de Pilotage de l'étude

Annexe 2 Calendrier d'enquête sur site

Annexe 3 Questionnaire grand-public étranger (administré par mail et face à face)

Annexe 4 Camps de base retenus par les 24 équipes ayant participé à l'Euro 2016

Annexe 5 Répartition territoriale des nuitées « Hôtels de transfert »

Annexe 6 Calcul du nombre d'accrédités

Annexe 7 Hypothèses de dépenses des personnes accréditées (par jour de présence)

Annexe 8 Durée moyenne de séjour des populations accréditées

Annexe 9 Dépenses des spectateurs Grand public par nationalité (TTC)

Annexe 10 Dépenses des spectateurs Grand public non détenteurs de billets (TTC)

Annexe 11 Hypothèses de répartition des nuitées par type de population et d'hébergement

Annexe 12 Hypothèses relatives aux dépenses transport pour venir en France

Annexe 13 Estimation de la part des dépenses nationales dans les dépenses transport pour venir en France

Annexe 14 Calcul de la taxe de séjour

Annexe 15 Calcul économique de l'effet d'éviction

Annexe 1.
Membres du comité de Pilotage de l'étude

- **Direction des Sports / Bureau du sport professionnel et de l'économie du sport**

Laurent LETAILLEUR, chef du bureau

Hubert TUILLIER, adjoint au chef du bureau

Nicolas BLANCHARD, chargé de mission

Vincent MASSARDIER, chargé de mission

- **Direction Générale des Entreprises**

Marine TEPAUT, chargée d'études économiques sur l'évaluation des politiques publiques / Bureau des études économiques thématiques

- **Délégation Interministérielle aux Grands Evénements Sportifs**

Philippe APPRIOU, responsable du pôle accompagnement et développement

Xavier GIGUET, directeur de cabinet du délégué interministériel aux grands événements sportifs

- **Euro 2016 SAS**

Max BOUCHET-VIRETTE, directeur de l'administration

- **Club des Sites**

Karim HERIDA, chef du projet Euro 2016 à la Ville de Paris

- **Conseil scientifique de l'Observatoire de l'Economie du Sport**

Wladimir ANDREFF, professeur émérite, Université Paris I-Sorbonne, président du conseil scientifique

Jean-Pascal GAYANT, professeur à l'Université du Mans

Daam VAN REETH, professeur associé à Hogeschool-Universiteit Brussel

Henri TCHENG, président de la Direction nationale du contrôle de gestion de la Ligue de Football Professionnel

- **Experts thématiques**

  - Institut national de la statistique et des études économiques

Charles-Marie CHEVALIER, chargé d'étude à la division Etudes Macroéconomiques / Département des études économiques

  - Direction Générale du Trésor / Bureau de l'analyse conjoncturelle

Emmanuel BETRY, chef du bureau

Pierre-Damien OLIVE, adjoint au chef du bureau

Annexe 2.
Calendrier d'enquête sur site

	10/06	11/06	12/06	13/06	14/06	15/06	16/06	17/06	18/06	19/06	20/06	21/06	22/06	25/06	26/06	27/06	30/06	01/07	02/07	03/07	06/07	07/07	10/07
Saint-Denis							ALL POL									ITA ESP							
Paris						ROU SUI			POR AUT														
Lille													ITA IRL					GAL BEL					
Lens												RTC TUR		CRO POR									
Lyon							UKR ILN														POR GAL		
Saint-Etienne					POR ISL			RTC CRO			SVQ ANG			SUI POL									
Bordeaux		GAL SVQ										CRO ESP											
Toulouse								ITA SUE			RUS GAL				HON BEL								
Marseille						FRA ALB			ISL HON			UKR POL											
Nice													SUE BEL			ANG ISL							

MINISTÈRE DE LA VILLE, DE LA JEUNESSE ET DES SPORTS

OBSERVATOIRE DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

Annexe 3.
Questionnaire grand-public étranger (administré par mail et face à face)

LA FRANCE ET VOUS	
Étiez-vous déjà venus en France avant l'UEFA Euro 2016 ?	Oui Non
Êtes-vous venus en France spécifiquement en raison de l'UEFA Euro 2016 ?	Oui Non
Combien de jours avez-vous séjourné en France ? Veuillez indiquer le nombre exact de jours. Cette question est obligatoire pour le besoin de l'étude.	
Avez-vous voyagé en groupe ?	1. Non, j'ai voyagé seul 2. Oui, en famille 3. Oui, avec des amis 4. Oui, pour des relations d'affaires (collègues de travail, clients, prospects) 5. Oui, dans le cadre d'un voyage organisé 6. Autre, précisez
Dans quelles villes avez-vous séjourné ? Si vous avez visité d'autres villes, cochez également la case « autres villes » et complétez.	1. Bordeaux 2. Lens 3. Lille 4. Lyon 5. Marseille 6. Nice 7. Paris 8. Saint-Denis 9. Saint-Etienne 10. Toulouse 11. Autres villes :

L'UEFA Euro 2016 ET VOUS	
A combien de matchs de l'UEFA Euro 2016 avez-vous assisté en live (dans un stade) ?	
Si vous avez assisté à des matches au stade, dans quel(s) stades(s) étiez-vous ?	1. Je n'ai assisté à aucun match au stade 2. Bordeaux 3. Lens 4. Lille 5. Lyon 6. Marseille 7. Nice 8. Paris 9. Saint-Denis 10. Saint-Etienne 11. Toulouse
Avez-vous assisté à des matchs depuis une fan-zone?	Oui Non

MESURES DES DEPENSES EN FRANCE	
Quelle est la somme totale que vous avez dépensé en France à l'occasion de l'UEFA Euro 2016 pour vous et votre famille ? Ne pas comptabiliser le prix d'achats de billets pour les rencontres de l'UEFA Euro 2016. Cette question est obligatoire pour le besoin de l'étude.	
A combien de personnes cette dépense correspond-t-elle ? Dans la suite des questions, vous veillerez à renseigner vos dépenses pour la totalité de ces personnes. Cette question est obligatoire pour le besoin de l'étude.	
a) Dépenses liées au transport	
Par quel moyen de transport êtes-vous arrivés en France ?	Avion Train Voiture personnelle Bus/ Car Autre, précisez :
Quel a été le coût total de vos dépenses de transport pour arriver en France ?	
Quel a été le coût total de vos dépenses de transport en France ?	
b) Dépenses liées à l'hébergement	
Où étiez-vous logés durant votre séjour en France ?	1. Chez une relation/connaissance 2. Dans un gîte / une maison d'hôte 3. Dans une auberge de jeunesse 4. Location de particuliers à particuliers (Airbnb/ Abritel ou autre) 5. À l'hôtel 6. Dans un camping 7. Autres (caravane, voiture) 8. Je n'avais pas d'hébergement
Quel a été le coût total de vos dépenses en hébergement pour vous et votre famille durant votre séjour en France ?	
c) Dépenses liées à la restauration	
Combien avez-vous dépensé en restauration (nourriture et boissons) durant votre séjour en France ?	
d) Dépenses liées au tourisme et aux loisirs	
Combien avez-vous dépensé en activités touristiques, en loisirs (musées, visites, parcs de loisirs) et achat de souvenirs durant votre séjour en France ?	
e) Autres dépenses	
Quelles ont été vos autres sources de dépenses ?	1. Achats courants dans les commerces locaux (hors nourriture et boissons) 2. Produits dérivés de l'Euro 2016 3. Achats personnels spécifiques (textile et maroquinerie, produits culinaires, équipements de la maison…) 4. Achats professionnels 5. Activités sportives 6. Autre, précisez :
Combien avez-vous dépensé pour ces achats pendant votre séjour en France ?	

SUITE DE VOTRE SEJOUR	
Êtes-vous satisfaits de votre séjour en France ?	1. Très satisfait 2. Satisfait 3. Insatisfait 4. Très insatisfait
Si non, de quoi êtes-vous insatisfait ?	1. De l'accueil et de l'ambiance 2. De l'hébergement 3. Du coût du séjour 4. Des transports 5. De l'organisation de la compétition 6. Autres, précisez :
Avez-vous envie de revenir en France ?	1. Non 2. Oui, dans le cadre d'un autre événement sportif 3. Oui, pour d'autres motifs
Aviez-vous déjà réalisé un séjour dans un pays étranger en lien avec un évènement sportif ?	Oui Non

MIEUX VOUS CONNAÎTRE	
Quel est votre sexe ?	1. Féminin 2. Masculin
Quel est votre âge ?	1. 15-24 ans 2. 25-34 ans 3. 35-54 ans 4. Plus de 55 ans
Quelle est votre catégorie socio-professionnelle ?	1. Agriculteurs exploitants 2. Artisans, commerçants et chefs d'entreprise 3. Cadres et professions intellectuelles supérieures 4. Professions intermédiaires 5. Employés 6. Ouvriers 7. Retraités 8. Etudiants 9. Autres personnes sans activité professionnelles
Quelle est votre nationalité ? Cette question est obligatoire pour le besoin de l'étude.	
Si votre pays de résidence est différent de celui de votre nationalité, quel est votre pays de résidence ?	

Annexe 4.
Camps de base retenus par les 24 équipes ayant participé à l'Euro 2016

Equipe	Ville	Nom de l'hôtel	Date d'arrivée	Date de départ
Albanie	Perros-Guirec	Hotel Agapa	07-juin	23-juin
Allemagne	Evian-les-Bains	Hotel Ermitage	07-juin	06-juil
Angleterre	Chantilly	Auberge du Jeu de Paume	06-juin	28-juin
Autriche	Mallemort	Moulin de Vernègues	08-juin	23-juin
Belgique	Pian-Médoc	Resort Golf	7-juin	02-juil
Croatie	Deauville-Saint Arnoult	Golf Barrière	07-juin	26-juin
Espagne	Sainte-Marie de Ré	Hotel Atalante Relais	08-juin	29-juin
France	Clairefontaine	Centre National du Football	24-mai	11-juill
Hongrie	Tourrettes	Hotel Terre Blanche	07-juin	27-juin
Irlande du Nord	Saint-Jean d'Ardières	Château de Pizay	05-juin	26-juin
Islande	Annecy-le-Vieux	Hotel Les Trésoms	07-juin	04-juil
Italie	Montpellier	Hotel Courtyard by Mariott	08-juin	03-juil
Pays de Galles	Dinard	Novotel	04-juin	07-juil
Pologne	La Baule	Hotel Hermitage Barrière	07-juin	01-juil
Portugal	Marcoussis	Centre National du Rugby	09-juin	11-juil
République d'Irlande	Versailles	Trianon Palace	08-juin	27-juin
République tchèque	Tours	Château Belmont	08-juin	22-juin
Roumanie	La Chapelle en Serval	Tiara Château Hotel Mont-Royal	05-juin	20-juin
Russie	Rueil-Malmaison	Hotel Renaissance	05-juin	21-juin
Slovaquie	Vichy	Hotel les Celestins	06-juin	27-juin
Suède	Pornichet	Château des Tourelles	08-juin	23-juin
Suisse	Juvignac	Vichy Spa Hotel	06-juin	26-juin
Turquie	Saint-Cyr sur Mer	Dolce Fregate Provence	06-juin	22-juin
Ukraine	Aix-en-Provence	Hotel Mariott Renaissance	07-juin	22-juin

Annexe 5.
Répartition territoriale des nuitées « Hôtels de transfert »

	Bordeaux	Lens	Lille	Lyon	Marseille	Nice	Paris	Saint-Denis	Saint-Etienne	Toulouse	**Total**
Nombre de nuits équipes	1422	1098	2169	1736	2024	1247	1277	1906	1135	1483	**15 497**
Nombre de nuits "followers"											**3 246**
Total											**18 743**

Annexe 6.
Calcul du nombre d'accrédités

Ce tableau indique le nombre de personnes prises en compte dans le calcul de l'impact : les français ainsi que les étrangers résidant en France ne sont pas comptabilisés ans le calcul de l'impact.

Types de populations accréditées	Nombre d'accréditations pour des personnes de nationalité étrangère*	Nombre de personnes accréditées prise en compte dans le calcul de l'impact
Partenaires diffuseurs - radio	352	338
Partenaires diffuseurs - TV	3 483	3 311
Partenaires commerciaux / villes hôtes	560	468
Diffuseur hôte	1 244	1 222
Médias non issus de diffuseurs	1 920	1 920
Non détenteurs de droits	232	232
Organisation	1 191	1 191
Sûreté et sécurité	3 452	345**
Prestataires et fournisseurs	3 430	1 715**
Délégations	1 865	1 865
Bénévoles	886	89****
Total populations accréditées	18 615	12 696

* Pour toutes les catégories, les accréditations « à la journée » ont été enlevées.
** Concernant les personnes accréditées pour les catégories sûreté et sécurité, il a été évalué que 10% des personnes étrangères ne résidaient pas en France.
*** Pour les prestataires et fournisseurs, la part estimée est de 50% de personnes résidant hors de France.
**** Pour les bénévoles, la part de résidants hors France a été estimée à 10%.

Annexe 7.
Hypothèses de dépenses des personnes accréditées (par jour de présence)

Les hypothèses de dépenses ont été estimées par journée de présence en France.

L'hébergement dépend du type d'hébergement privilégié selon les catégories de populations.

Le transport local est à la fois le transport sur site et entre sites.

La restauration et l'alimentation sont les dépenses pour les repas, hors petit déjeuner.

À noter que, pour ces trois catégories de dépenses, les dépenses relatives aux populations « Organisation » et « Délégations » sont déjà comptabilisées dans le budget organisation.

Les dépenses en tourisme et loisirs sont assez restreintes pour ces populations.

Les autres dépenses sont les dépenses courantes (presse, commerces).

Dépenses journalières par personne	Transport pour venir en France	Transport local	Hébergement	Restauration /alimentation	Tourisme loisirs	Autres
Partenaires diffuseurs - radio	300€	40€	70€	50€	5€	10€
Partenaires diffuseurs - TV	300€	40€	80€	50€	5€	10€
Partenaires commerciaux / villes hôtes	300€	40€	100€	50€	5€	10€
Diffuseur hôte	300€	20€	50€	30€	5€	10€
Médias non issus de diffuseurs	300€	40€	100€	50€	5€	10€
Non détenteurs de droits	300 €	40€	100€	50€	5€	10€
Organisation	-	-	-	-	5€	10€
Sûreté et sécurité	160 €	20€	50€	30€	5€	10€
Prestataires et fournisseurs	160 €	20€	50€	30€	5€	10€
Délégations	-	-	-	-	5€	10€
Bénévoles	90 €	10€	20€	10€	5€	10€

Annexe 8.
Durée moyenne de séjour des populations accréditées

Types de populations accréditées	Durée moyenne de séjour	Commentaires
Partenaires diffuseurs - radio	21	Durée moyenne prenant en compte les dates d'élimination des nations
Partenaires diffuseurs - TV	21	Durée moyenne prenant en compte les dates d'élimination des nations
Partenaires commerciaux / villes hôtes	18	Durée moyenne prenant en compte les durées d'activation des sites
Diffuseur hôte	30	Durée moyenne prenant en compte les durées d'activation des sites (de J-5 à J+2 des matchs sur site)
Médias non issus de diffuseurs	21	Durée moyenne prenant en compte les dates d'élimination des nations
Non détenteurs de droits	21	Durée moyenne prenant en compte les dates d'élimination des nations
Organisation	32	Durée moyenne prenant en compte les durées d'activation des sites (de J-5 à J+2 des matchs sur site)
Sûreté et sécurité	18	Durée moyenne prenant en compte les durées d'activation des sites
Prestataires et fournisseurs	18	Durée moyenne prenant en compte les durées d'activation des sites
Délégations	21	Durée moyenne prenant en compte les dates d'élimination des nations
Bénévoles	18	Durée moyenne prenant en compte les durées d'activation des sites

Annexe 9. Dépenses des spectateurs Grand public par nationalité (TTC)

Nationalité	Durée moyenne de séjour	Nombre moyen de matchs par personne	Dépenses transport pour venir en France par personne	Dépenses transport local personne par jour	Dépenses hébergement par personne par jour	Dépenses alimentation par personne par jour	Dépenses tourisme/loisirs par personne par jour	Dépenses autres achats par personne par jour	Somme des dépenses (hors transport pour venir en France) par personne par jour
Albanaise	6,07	1,75	261,00 €	28,86 €	45,17 €	42,77 €	14,86 €	26,51 €	158,17 €
Allemande	7,68	2,96	263,24 €	17,84 €	38,70 €	32,43 €	7,67 €	12,76 €	109,40 €
Américaine	11,06	2,42	1 121,46 €	29,88 €	96,15 €	54,53 €	21,40 €	22,17 €	224,12 €
Autrichienne	6,28	1,92	301,67 €	17,93 €	49,17 €	46,33 €	14,09 €	16,22 €	143,74 €
Belge	5,97	2,50	198,94 €	17,43 €	35,00 €	39,60 €	6,13 €	13,41 €	111,56 €
Britannique	9,24	2,89	387,75 €	20,93 €	56,63 €	44,70 €	9,39 €	14,30 €	145,94 €
Canadienne	10,77	2,57	780,36 €	23,41 €	71,84 €	45,46 €	18,99 €	19,54 €	179,23 €
Croate	6,40	1,77	331,22 €	29,16 €	41,37 €	36,02 €	12,81 €	20,96 €	140,32 €
Espagnole	5,29	1,57	207,38 €	16,86 €	46,80 €	37,73 €	10,60 €	14,24 €	126,23 €
Hongroise	6,45	1,83	193,43 €	20,97 €	32,71 €	25,51 €	8,99 €	15,03 €	103,21 €
Irlandaise	8,69	2,37	447,49 €	22,78 €	62,73 €	53,82 €	12,02 €	19,16 €	170,51 €
Irlandaise du Nord	9,95	2,54	450,15 €	18,86 €	59,92 €	59,42 €	9,83 €	16,84 €	164,87 €
Islandaise	8,93	2,14	605,83 €	35,38 €	60,56 €	56,76 €	9,96 €	22,39 €	185,05 €
Italienne	4,40	1,60	196,60 €	19,02 €	51,88 €	32,28 €	11,13 €	17,09 €	131,40 €
Polonaise	5,75	1,63	251,45 €	21,39 €	36,21 €	31,48 €	12,14 €	18,19 €	119,41 €
Portugaise	6,26	2,35	302,84 €	25,39 €	38,85 €	50,59 €	12,12 €	13,82 €	140,77 €
Roumaine	6,31	1,67	227,21 €	25,17 €	45,66 €	42,42 €	19,94 €	22,30 €	155,49 €
Russe	8,75	2,13	352,50 €	27,58 €	47,35 €	42,26 €	19,95 €	25,16 €	162,31 €
Slovaque	5,11	1,57	266,78 €	24,04 €	29,59 €	30,69 €	15,12 €	23,16 €	122,60 €
Suédoise	7,60	1,69	356,34 €	18,93 €	66,23 €	52,29 €	9,96 €	13,86 €	161,28 €
Suisse	5,72	2,47	203,57 €	19,98 €	54,65 €	44,59 €	12,05 €	19,34 €	150,60 €
Turque	5,82	1,65	436,74 €	42,40 €	86,12 €	80,52 €	21,95 €	31,47 €	262,46 €
Ukrainienne	8,24	1,88	227,41 €	12,65 €	32,07 €	24,43 €	11,94 €	14,05 €	95,14 €
Segmentation <1% Hors Europe **	8,67	2,25	706,23 €	46,92 €	76,60 €	49,63 €	27,69 €	53,00 €	224,06 €
Segmentation <1% Europe*	7,83	2,69	278,48 €	23,68 €	48,25 €	36,29 €	13,49 €	19,38 €	223,20 €

* Les autres nationalités européennes sont les nationalités représentant moins de 1% de la population totale des spectateurs grand public détenteurs de billets pour aller au stade.
** Les autres nationalités hors Europe sont les nationalités non européennes représentant moins de 1% de la population totale des spectateurs grand public détenteurs de billets pour aller au stade.
Données issues du traitement des réponses de l'enquête en ligne.
Les dépenses indiquées dans ce tableau figurent en TTC.
Elles correspondent aux dépenses des spectateurs grand public pour chaque nationalité représentant plus de 1% de l'échantillon, pour une journée passée sur le territoire français et par personne.

Annexe 10.
Dépenses des spectateurs Grand public non détenteurs de billets (TTC)

Nationalité	Durée moyenne de séjour	Nombre moyen de matchs par personne	Dépenses transport pour venir en France par personne	Dépenses transport local personne par jour	Dépenses hébergement par personne par jour	Dépenses alimentation par personne par jour	Dépenses tourisme/loisirs par personne par jour	Dépenses autres achats par personne par jour	Somme des dépenses (hors transport pour venir en France) par personne par jour	Total dépenses (hors transport pour venir en France) par personne
Spectateurs non détenteurs de billets	7,39	0	299,22 €	20,41 €	33,46 €	28,48 €	12,13 €	11,50 €	105,98 €	782,94 €

Annexe 11.
Hypothèses de répartition des nuitées par type de population et d'hébergement

Type de population	Hôtel	Location de particuliers à particuliers	Gîte/ maison d'hôte	Camping	Auberge de jeunesse	Chez une relation / une connaissance	Autres (caravane, voiture)	Sans hébergement
Grand public	49%	23%	6%	6%	3%	6%	2%	5%
VIP	100%							
Médias	85%	15%						
Prestataires / sécurité	70%	30%						
Organisation	100%							
Délégations	100%							
Bénévoles		50%			50%			

Annexe 12.
Hypothèses relatives aux dépenses transport pour venir en France

Les hypothèses prise pour déterminer la part des dépenses transport attribuables à des acteurs nationaux pour chaque moyen de transport sont les suivantes :

33,4% des vols internationaux à destination ou au départ de la France sont réalisés par des compagnies aériennes françaises[27]. Nous prendrons comme hypothèse que 33,4% des dépenses de transport en avion pour venir et repartir de France ont bénéficié à des acteurs économiques français.

Par ailleurs, nous avons pris une taxe aéroport moyenne de 8 euros par passager. Cette moyenne sera multipliée par le nombre de visiteurs étrangers arrivant en France par avion.

Pour les trajets en train, nous avons pris pour hypothèse qu'au minimum 50% du capital des sociétés exploitants les lignes transfrontalières sont détenus par une entité française (Eurostar, Thalys, Lyria).

Ainsi, nous prenons pour hypothèse que 50% des dépenses de transport en train pour venir et repartir de France ont bénéficié à des acteurs économiques français.

Pour les trajets en bus pour venir et repartir de France, nous ferons l'hypothèse que 5% des coûts reviennent à des acteurs économiques français (péage, stations-services)

Concernant les dépenses liées à un trajet en voiture (ou tout autre véhicule motorisé) pour venir et repartir en France, nous estimons qu'une part de 10% revient aux entreprises françaises du secteur routier en partie pour les dépenses en essence, péages.

Les hypothèses relatives à la répartition des types de transport selon les populations sont les suivantes :

Type de population	Avion	Bus/Car	Train	Voiture personnelle	Autre
Grand public	49%	4%	11%	31%	4%
VIP	50%	5%	35%	10%	
Médias	50%		35%	15%	
Prestataires / sécurité	10%		30%	60%	
Organisation					
Délégations					
Bénévoles		10%	30%	60%	

[27] Source : http://www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/tendanCiel_2016_06_N34.pdf

Annexe 13.
Estimation de la part des dépenses nationales dans les dépenses transport pour venir en France

Type de population	Total dépenses transport pour venir en France	Montants des dépenses au bénéfice d'acteurs français (HT)	Taxes aéroport	TVA
Grand public	210 000 000 €	42 500 000 €	2 400 000 €	1 500 000 €
VIP	19 800 000 €	6 400 000 €	140 000 €	9 000 €
Médias	2 200 000 €	700 000 €	30 000 €	2 000 €
Prestataires / sécurité	300 000 €	90 000 €		4 000 €
Organisation				
Délégations				
Bénévoles	8 000 €	2 000 €		
Total	**232 308 000 €**	**49692 000 €**	**2 570 000 €**	**1 515 000 €**

Annexe 14.
Calcul de la taxe de séjour

	Hôtel	Location de particuliers à particuliers	Gîte/maison d'hôte	Camping	Auberge de jeunesse	Chez une relation / une connaissance	Autres (caravane, voiture)	Sans hébergement	Total
Total de nuitées toutes populations confondues	2 365 000	993 000	255 000	237 000	113 000	273 000	94 000	214 000	**4 544 000**
Moyenne de taxe de séjour par nuitée	1,00 €	0,75 €	0,50 €	0,25 €	0,25 €				
Total taxes de séjour	2 365 000 €	745 000 €	127 000 €	59 000 €	29 000 €				**3 325 000 €**

Annexe 15.
Calcul économique de l'effet d'éviction

	Nuitées	Nombre de personnes	Total dépense transport pour venir en France (en M€)	Estimation des dépenses nationales dans les dépenses transport (en M€)	Total dépense Transport sur place (en M€)	Total dépenses Hébergement (en M€)	Total dépenses Alimentation (en M€)	Total dépenses Tourisme/Loisirs (en M€)	Total dépense Autres achats (en M€)	Total (en M€)
Total Spectateurs	1 535 000	205 000								
Dépenses TCC (en M€)			70,2	15,5	24,7	49,8	45,6	13,5	19,8	**153,5**
Montant TVA (en M€)					2,5	5	5,4	2,7	4	**19,6**

- Baade R. Matheson V. (2016) : Going for the gold : the economics of the Olympics. Journal of Economic Perspectives. Vol. 30 n°2.
- Barget E., Gouguet J.-J. (2010) : De l'évaluation des grands événements sportifs. La Coupe du Monde de Rugby 2007 en France, Pulim.
- Barget E., Gouguet J.-J. (2010) : Evénements sportifs : impacts économique et social. De Boeck.
- Barget E., Clipet F., Gouguet J.-J., Vial C. (2016): Manifestations équestres et développement local. IFCE.
- Blake A. (2005) : The economic Impact of the London 2012 Olympics. Nottingham University Business School. www.nottingham.ac.uk/ttri.
- Bouvet P. (2013) : Les « retombées » des événements sportifs sont-elles celles que l'on croit ? Revue de la régulation. 13. 1er semestre.
- Catin M. Nicolini V. (2005) : Les effets multiplicateurs des dépenses militaires de la DCN Toulon sur l'économie varoise. Revue d'Economie Régionale et Urbaine, n°4.
- CDES (2014) : Impact économique ex-ante et utilité sociale de l'UEFA EURO 2016, étude pour l'UEFA.
- Chevalier Ch.M. (2016) : Note sur l'impact économique de l'Euro 2016 et le multiplicateur macroéconomique. INSEE. Direction Générale. 30 Septembre.
- Eric Maurence Consultants pour le Ministère de l'Economie, de l'Industrie et du Numérique, DGE : La mesure de l'impact économique d'un événement touristique, 2014.
- Heinz Rütter et al. (2004) : Economic impact of the UEFA Euro 2008 in Switzerland. Lucerne Scholl of Business.

- Matheson V. (2006) : Mega Events : the effects of the world's biggest sporting events on local, regional, and national economies. Working Paper n°06-10. College of the Holly Cross. Worcester, Massaschusetts. www.hollycross.edu/departments/economics/website.

- Preuss, H. (2011). A method for calculating the crowding-out effect in sport mega-event impact studies: the 2010 FIFA World Cup. Development Southern Africa: Quarterly Journal, 28(3), 367–385.

- Zimbalist A. (2015) : Circus Maximus. Brookings Institution Press. Wash. DC

L'ÉTUDE

OBSERVATOIRE DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
MINISTÈRE DE LA VILLE, DE LA JEUNESSE ET DES SPORTS

Le Championnat d'Europe de football est un événement sportif de très grande envergure souvent placé par les experts du secteur, du fait de son audience et de l'économie qu'il génère, au **3ème rang mondial** derrière les Jeux Olympiques d'été et la Coupe du Monde de football. Les indicateurs d'audience de l'UEFA Euro 2016™ sont en effet particulièrement impressionnants: **51 rencontres** suivies par près de **2,5 millions de spectateurs** dans les stades, **4 millions de personnes dans les fan-zones** officielles et vues à la télévision dans le monde par **150 millions de téléspectateurs en moyenne** à chaque match. D'un point de vue économique, la compétition se situe également parmi les événements les plus importants avec un budget opérationnel de recettes de l'ordre de **2 milliards d'euros**.

Pour accueillir cette compétition pour la 3ème fois de son histoire (après 1960 et 1984), la France a investi dans la remise à niveau d'une large partie de ses stades en les hissant aux **meilleurs standards européens**, a mis en place les fans-zones officielles et assuré la sécurité des différents spectateurs, dans un contexte marqué par le retentissement de la crise financière et la situation créée par les attentats ayant frappé l'Europe dans les mois précédents la compétition. Partie prenante de sa politique d'attractivité, la France s'est dotée d'une fiscalité incitative pour développer l'accueil de grands événements sportifs sur son territoire, en ciblant notamment, les événements recelant des retombées économiques exceptionnelles.

Sous l'égide de **Patrick Kanner**, Ministre de la Ville, de la Jeunesse et des Sports et de **Thierry Braillard**, Sécrétaire d'Etat aux sports, l'**Observatoire de l'économie du sport** a été mandaté pour superviser une étude de l'impact de l'UEFA Euro 2016™ sur l'économie nationale qu'il a confiée au consortium composé du **Centre de Droit et d'Économie du Sport (CDES)** de Limoges et du cabinet **KENEO**. Cette étude a été menée sous la direction d'un comité de pilotage regroupant de nombreux experts et parties prenantes de l'organisation.

Cette étude présente dans un premier temps la méthodologie rigoureuse dans les concepts et la collecte de l'information permettant d'obtenir une mesure crédible de l'impact de l'UEFA Euro 2016™. Ensuite l'étude présente de manière extrêmement précise les **modalités du calcul de l'impact économique primaire**, que ce soit l'impact organisation ou l'impact tourisme. Enfin, le calcul de l'impact économique total est présenté tant sur le plan économique (impact primaire et impact secondaire) que sur le volet de l'activité générée ou des recettes fiscales additionnelles liées à la compétition.

CDES Centre de Droit et d'Economie du Sport

Depuis sa création en1978, les travaux du Centre de Droit et d'Economie du Spor 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.
Pour en savoir plus :
www.cdes.fr

keneo sport solutions

Créé en 2008 et basé à Paris, Keneo développe une offre de service complète allant du conseil stratégique à la mise en œuvre opérationnelle des grands événements sportifs, en France comme à l'international. Forte de multiples expertises et expériences, l'agence propose des solutions adaptées aux enjeux des différents acteurs du sport.
Pour en savoir plus :
www.keneo.com

conception graphique : graalcommunication.com / tous droits réservés • 2016/2017