



Pôle Ressources National
SPORTS de NATURE



Évaluation des retombées économiques d'une manifestation sportive de nature

Outils pour la mise en oeuvre



MINISTÈRE
DES SPORTS

CREPS PACA



[LA LETTRE DU RÉSEAU](#) | [CONTACT](#) | [LISTE DE DIFFUSION](#) | [LIENS](#)

[LE RÉSEAU SPORTS DE NATURE](#)

[RÉGLEMENTATION LÉGISLATION](#)

[LIEUX DE PRATIQUE](#)

[EMPLOI FORMATION](#)

[MANIFESTATIONS SPORTIVES](#)

[LE CENTRE DE DOCUMENTATION](#)

[Accueil](#) > [Manifestations sportives](#)

[Organisation de manifestations multisports](#)

[Démarche éco-responsable](#)

[Évaluation des retombées économiques](#)

[Recueil de textes](#)

[Bibliographie sélective](#)

[Foire aux questions](#)

[Retour sur événement](#)

[Experts](#)

[S'abonner à la lettre](#)

[Proposer une actualité](#)

Manifestations sportives

Enjeux

Les manifestations sportives de nature rassemblent, autour du savoir faire d'un organisateur, des pratiquants à la recherche d'une émotion particulière, d'une découverte d'un territoire ou d'une performance sportive.

Leur organisation est au croisement de nombreux cadres juridiques (code du sport, de l'environnement, de la route, de l'action sociale et des familles, ...) ou règlements fédéraux. Leur déroulement génère des impacts environnementaux, liés au transport des participants et leurs accompagnants, aux déchets produits ou aux parcours empruntés. L'identification des flux financiers créés est un élément d'appréciation de leur intérêt pour le territoire et de connaissance des modes de consommation des pratiquants.

Outils et publications

Organisation de manifestations multisports

Eclairer les principaux droits et devoirs des organisateurs et prodiguer des conseils

Le « guide de l'organisateur de manifestation multisports de nature » présente une méthode et des outils. Il répond aux besoins identifiés par une série d'enquêtes.

[En savoir plus](#)



Démarche éco-responsable

Présenter les différents outils permettant la mise en place d'une manifestation éco-responsable

Cette rubrique présente les réflexions, outils et expériences traitant de la prise en compte des impacts environnementaux dans l'organisation de manifestations sportives de nature.

[En savoir plus](#)

ESPACE MEMBRES

[Connexion](#)

LA LETTRE

[Lettre du réseau - JUIN 2009](#)

[Toutes les lettres](#)

RENDEZ-VOUS

Ingénierie touristique de l'espace public : l'exemple des stations littorales - Paris (75)

[En savoir plus](#)

Fête de la nature - France

[En savoir plus](#)

[Tous les rendez-vous](#)

À LA UNE

S'équiper responsable

[En savoir plus](#)

[Toutes les actualités](#)

LES SITES INTERNET

[Observatoire PDESI-CDESI](#)

Le mémento « Évaluation des retombées économiques d'une manifestation sportive de nature : outils pour la mise en oeuvre »
est accessible librement en téléchargement dans la rubrique *Manifestations sportives* du site

www.sportsdenature.gouv.fr

ÉDITO

L'organisation de manifestations sportives, notamment en milieu naturel, est certainement une des plus belles illustrations du savoir-faire des nombreuses associations sportives qui mobilisent chaque année des milliers de bénévoles. Évaluer les retombées économiques de ces manifestations sur les territoires d'accueil est l'une des conditions nécessaires à la pérennisation de cette offre riche et diversifiée en permettant à ces territoires et aux partenaires financiers d'ajuster et affiner leur politique événementielle. De tels enjeux ont justifié l'investissement de la direction des Sports et du Pôle Ressources National des Sports de Nature (PRNSN).

L'expérience acquise par les acteurs associatifs et professionnels en matière d'organisation de manifestations sportives de nature est aujourd'hui largement reconnue par les gestionnaires territoriaux pour contribuer à l'animation des territoires ruraux et à la vitalité de leur tissu socio-économique.

Les nombreux travaux en cours visant à évaluer les impacts socio-économiques des sports de nature, et notamment des manifestations, doivent être considérés comme un signe de la maturité grandissante des acteurs et de la professionnalisation de cette filière. Pour autant, cette évaluation ne fait pas encore partie de la culture des organisateurs. Ce défi sera gagné lorsqu'ils intégreront cette démarche dans l'organisation même de leur manifestation, non comme une opération satellite, mais en prenant en compte les contraintes de l'évaluation pour faciliter sa mise en oeuvre.

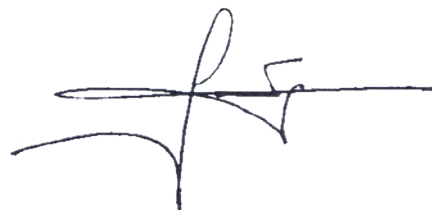
Les travaux du PRNSN en matière d'impact socio-économique se situent dans le cadre d'un partenariat durable entre la direction des Sports et le groupement d'intérêt économique Atout France qui vient de succéder à ODIT France. Je me réjouis donc tout particulièrement de l'aboutissement de ce partenariat qui s'est appuyé sur une forte mobilisation des services du ministère chargé des Sports, du mouvement sportif, des gestionnaires d'espaces naturels, des collectivités territoriales et des structures en charge de la promotion du tourisme, afin de proposer des outils de mesures simples, transférables et reconnus par tous les acteurs.

Le mémento qui vous est présenté « Évaluation des retombées économiques d'une manifestation sportive de nature : outils pour la mise en œuvre » est destiné aussi bien aux organisateurs de manifestations qu'aux acteurs des territoires. Il récapitule des méthodes et outils pour conduire de manière fiable une étude d'impact économique appliquée à une manifestation sportive de nature. Ce document s'appuie sur les expériences accumulées depuis 2007 sur une quinzaine de manifestations de niveau local à international.

Un tel travail prendra progressivement place dans une analyse globale « coût/bénéfice » relative à l'ensemble des volets économique, environnemental et social des manifestations sportives de nature. J'ai ainsi confié au PRNSN la mission d'accompagner les directions régionales chargées de la Jeunesse et des Sports et les acteurs du mouvement sportif pour compléter ces études socio-économiques par une mutualisation des bonnes pratiques et des outils en matière de démarches écoresponsables et socio-éducatives. À terme, le croisement de ces travaux devra lui permettre d'animer un observatoire partagé.

Je suis tout particulièrement attaché à la mise à disposition de ces outils à l'ensemble des acteurs du développement maîtrisé des sports de nature, en premier lieu car ils ont été construits grâce à la mutualisation de leurs actions sur le terrain. Aussi, chacun accède librement depuis le site Internet www.sportdenature.gouv.fr, à l'ensemble des documents et des résultats mis à jour et peut solliciter l'appui de l'équipe du PRNSN avant de s'engager.

Bertrand JARRIGE
Directeur des Sports
Ministère de la Santé et des Sports



ÉVALUATION DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES D'UNE MANIFESTATION SPORTIVE DE NATURE

1 - Evaluer : pourquoi ?	p. 2
2 - Les périmètres d'une évaluation des retombées économiques	p. 4
3 - Manifestations sportives de nature et impacts économiques : les fondamentaux	p. 6
4 - Quelle méthodologie ?	p. 8
5 - Avant de se lancer	p. 10

LES FICHES TECHNIQUES

Fiche 1 : Bien utiliser le bulletin d'inscription	p. 15
Fiche 2 : Des outils pour se faciliter la tâche	p. 17
Fiche 3 : Un questionnaire, des questionnaires	p. 19
Fiche 4 : Grille de recueil des éléments comptables	p. 21
Fiche 5 : Les méthodes de comptage du public en milieu ouvert	p. 24
Fiche 6 : La planification et les moyens	p. 26
Fiche 7 : Le rendu final	p. 29
Fiche 8 : Enquêtes statistiques, notions et précautions de base	p. 31
Fiche 9 : Le questionnement global / le questionnement détaillé	p. 33
Fiche 10 : Du chiffre brut à l'analyse	p. 35

RECOMMANDATIONS POUR LA LECTURE DU GUIDE

Ce document a été élaboré par plusieurs contributeurs à partir **la phase de modélisation de la méthode expérimentale** de l'évaluation des retombées économiques d'une manifestation sportive de nature.

Il contient :

- 1 - des apports méthodologiques permettant de définir les contours de d'évaluation ;
- 2 - une fiche de synthèse sur les pré requis à une étude d'impact économique d'une manifestation sportive de nature ;
- 3 - des fiches techniques sur les principaux points à ne pas négliger lors de la conduite de l'évaluation économique ;
- 4 - une présentation des services mobilisables auprès du PRNSN.



🍌 Événements sportifs de nature : un poids économique « ressenti »

Les médias et la communication institutionnelle ou touristique des territoires relaient de manière croissante les manifestations sportives de nature qui se déroulent pratiquement toute l'année en France.

Le calendrier ne suffit plus pour les accueillir tant ils se succèdent et se chevauchent chaque semaine. Des compétitions officielles aux simples rassemblements de pratiquants, ils n'épargnent aucun secteur géographique et touchent toutes les pratiques sportives de nature, même les plus inattendues pour peu qu'une variante événementielle naisse dans l'imagination des organisateurs. Et si certaines manifestations ne font que passer dans ce calendrier, d'autres, une fois leur formule bien rôdée, se pérennisent en s'ancrant sur une période et/ou un territoire donnés, pour devenir parfois une « classique » incontournable.

Il semble évident que ce foisonnement d'épreuves, en cumulant les volumes de participants, d'accompagnants, de spectateurs et d'organisateur, est susceptible de générer des retombées socio-économiques.

On imagine bien, en effet, que ces différentes catégories de publics effectuent des dépenses, ne serait-ce que pour se rendre sur les territoires d'accueil des manifestations, et qu'une activité économique, même passagère, peut être spécifiquement liée à ces manifestations. Et dans certains cas, cette activité peut se traduire par de l'emploi, qu'il soit direct ou indirect, périodique ou permanent.

On s'accorde aussi à considérer que, par un effet de notoriété et d'image, les territoires d'accueil peuvent également accroître leur attractivité en utilisant les manifestations sportives de nature comme un levier dans leur politique de communication.

Les manifestations sportives de nature semblent donc bien devenir une des composantes de l'économie locale liée aux loisirs et au tourisme.

🍌 ... mais pas réellement quantifié

Pourtant, il est souvent difficile d'annoncer de réels volumes de retombées économiques, le secteur des sports de nature se trouvant dans ce domaine en manque récurrent de données :

- **manque de données absolu**, car peu de chiffres sont disponibles au regard de l'ampleur du phénomène à évaluer, ne serait-ce qu'en termes de diversité des formats de manifestations répertoriés ;

- **manque de données relatif**, car les chiffres disponibles sont encore souvent entachés de biais statistiques et issus de moyens et méthodologies dont la variabilité entrave leur agrégation ou même leur comparaison ;

- **manque de données de base**, car on ne sait aujourd'hui finalement que peu de choses sur les pratiquants eux-mêmes, leur nombre, leurs comportements de consommation, leurs modes de déplacement, etc.

D'autre part, les données produites restent souvent brutes et isolées, manquant d'une mise en perspective qui permettrait de les relativiser par rapport à des données de contexte

sur l'activité économique locale, le poids économique d'autres manifestations de même type.

🍌 Évaluer : un enjeu collectif, révélateur de la dynamique du secteur

Aujourd'hui, rares sont les indicateurs stables et partagés susceptibles d'alimenter les débats qui accompagnent le développement des sports de nature.

Dans ces conditions, la prise en compte de leurs problématiques dans les politiques publiques s'effectue encore sur des bases mal consolidées, parfois subjectives, et le secteur lui-même manque de points de repère en interne pour mesurer les tendances, les menaces, les évolutions à engager.



Crédit photo : Team Sport 2000 Lafuma Vibram



Or, l'apparition des études d'impact économique dans un secteur d'activité est toujours un révélateur de la montée en puissance du secteur, de son arrivée à un stade de maturité, de la professionnalisation de ses acteurs. Au-delà d'un certain niveau de structuration arrive ainsi le temps de la reconnaissance par les tiers et du besoin d'information pour être en capacité de gérer le développement des activités.

Malgré une certaine dispersion des acteurs, c'est précisément le stade auquel se situe aujourd'hui le secteur des sports nature en France, car un nombre croissant d'organismes de manifestations ou de territoires d'accueil souhaitent spontanément pouvoir intégrer dans leur démarche ou rendre compte de l'impact réel de leur manifestation. Concernant l'évaluation du poids économique des manifestations sportives de nature, l'enjeu consiste alors à se doter collectivement de points de repère :

- **internes**, afin que les différents acteurs des sports de nature, au premier rang desquels figurent les organisateurs de manifestations sportives de nature et les territoires d'accueil, puissent situer les effets de leurs actions par rapport à d'autres pratiques, d'autres échelles, d'autres territoires, etc.

- **externes**, pour clarifier le type et le niveau de contribution des manifestations sportives de nature à la dynamique économique locale, régionale ou nationale, au même titre que d'autres secteurs d'activité plus visibles dans le paysage économique.

À chacun ses objectifs

Au niveau des organisateurs, les objectifs sont évidents : disposer de chiffres pour valider leur propre démarche, pour être reconnus par leurs interlocuteurs institutionnels (territoires d'accueil, administrations, etc.), mais aussi économiques (partenaires, médias locaux...) - susceptibles d'aider au montage et au développement de la manifestation par leurs apports financiers, en moyens ou en compétence -, pour obtenir une meilleure couverture médiatique...

De leur côté, les territoires d'accueil et les partenaires financiers peuvent espérer affiner les bases

des conventions qui les lient aux organisateurs, ajuster leur politique événementielle ou étayer sa justification, alimenter le volet économique d'une analyse globale « coûts/bénéfices » de l'impact des manifestations sportives de nature (environnemental, social, économique). L'étude de l'impact économique de la manifestation permet alors de rendre compte de la pertinence de l'apport de crédits publics.

Quels que soient les objectifs de chacun, l'objet du présent document n'est pas d'indiquer ce qui doit être fait des données obtenues, mais de détailler comment les obtenir de manière fiable compte tenu des spécificités des études d'impact économique appliquées aux manifestations sportives de nature.

Des outils pour alimenter une culture de l'évaluation économique



Crédit photo : Team Sport 2000 Lafuma Vibram

L'évaluation de l'impact économique doit en effet devenir un volet incontournable de l'organisation d'une manifestation sportive de nature, comme l'est déjà le volet « sécurité ».

Au-delà des chiffres de fréquentation, qui constituent un premier indicateur d'impact, il s'agira donc de mesurer l'incidence de la présence de

l'événement sur le tissu économique, à une échelle géographique plus ou moins grande.

Or la réalisation de telles études n'est pas chose facile, car les sources de biais sont nombreuses. Pour aboutir à des chiffres fiables, elles doivent reposer sur des méthodologies partagées, performantes et éprouvées, ce qui est encore rarement le cas.

Ainsi, c'est en partageant et en améliorant les méthodes déjà expérimentées que va désormais pouvoir se construire une « culture collective » de l'évaluation économique au profit du secteur des sports de nature. C'est l'objet du présent document.



De l'étude des effets socio-économiques à l'injection nette sur le territoire

L'appréciation des divers effets socio-économiques liés à une manifestation n'est pas quantifiable par une simple étude ponctuelle. Afin de pouvoir être étudiés facilement et rapidement par un organisateur ou un territoire d'accueil, nous avons choisi de centrer notre analyse sur un champ plus restreint. Le schéma en page suivante explicite le raisonnement qui nous a amené à ne considérer qu'une part des indicateurs relatifs aux effets socio-économiques d'une manifestation sportive de nature.

Retombées primaires, secondaires, induites

On peut schématiquement décomposer l'impact économique d'un événement sportif de nature en deux niveaux de retombées :

- **les retombées primaires**, liées aux dépenses effectuées par l'organisateur, le territoire d'accueil et les structures qui leurs sont liées ainsi que par les différentes catégories de publics participant ou assistant à l'événement ;

- **les retombées secondaires** (ou induites), dues à un effet « multiplicateur » qui fait que l'argent injecté dans l'économie locale par le biais des retombées primaires sera lui-même réutilisé ensuite par leurs bénéficiaires pour diverses dépenses effectuées dans l'économie locale.

Cet effet « boule de neige » est relativement complexe à mesurer et varie fortement selon le tissu économique local. C'est pourquoi, dans un souci de simplification de la démarche d'étude, nous avons considéré que ce type de retombées ne ferait pas partie du champ d'étude concerné par le présent document.

Ne sont également pas concernées les retombées à long terme et différées (par exemple nouveau séjour ultérieur dans le territoire qui a été initialement découvert à l'occasion de l'événement, ou séjour de préparation à l'événement pour repérage des parcours).

La question du périmètre géographique

L'impact économique d'un événement sportif de nature ne se limite pas au territoire sur lequel il se déroule, notamment si l'organisateur ou des prestataires sont implantés en-dehors du territoire d'accueil (fournisseurs de chapiteaux, restaurateurs non sédentaires, hébergeurs d'un territoire limitrophe...).

Selon la finalité et le commanditaire de l'évalua-

tion, il peut donc être plus ou moins important de déterminer la « localisation finale » des dépenses pour effectuer un tri géographique des retombées. Le périmètre d'étude pourra alors correspondre à un bassin économique, un territoire géographique ou institutionnel.

On peut selon les cas :

- ne sélectionner en cours d'évaluation que les informations concernant un périmètre défini à l'avance, voire deux périmètres emboîtés qui offriront plus de richesse d'analyse, permettant par exemple la ventilation des retombées « hébergement » dans la commune / dans le canton (ou dans la communauté de communes / dans le département, dans le département / dans la région... selon la configuration retenue) ;

- se donner les moyens de recueillir une information suffisamment fine pour reconstituer « à la demande » des zones de retombées, ce qui suppose une grande précision dans le recueil de l'information (lieu précis d'hébergement par ex.) et des moyens techniques pour son traitement. Cette façon de procéder est à privilégier pour la souplesse d'analyse ultérieure qu'elle offre ;

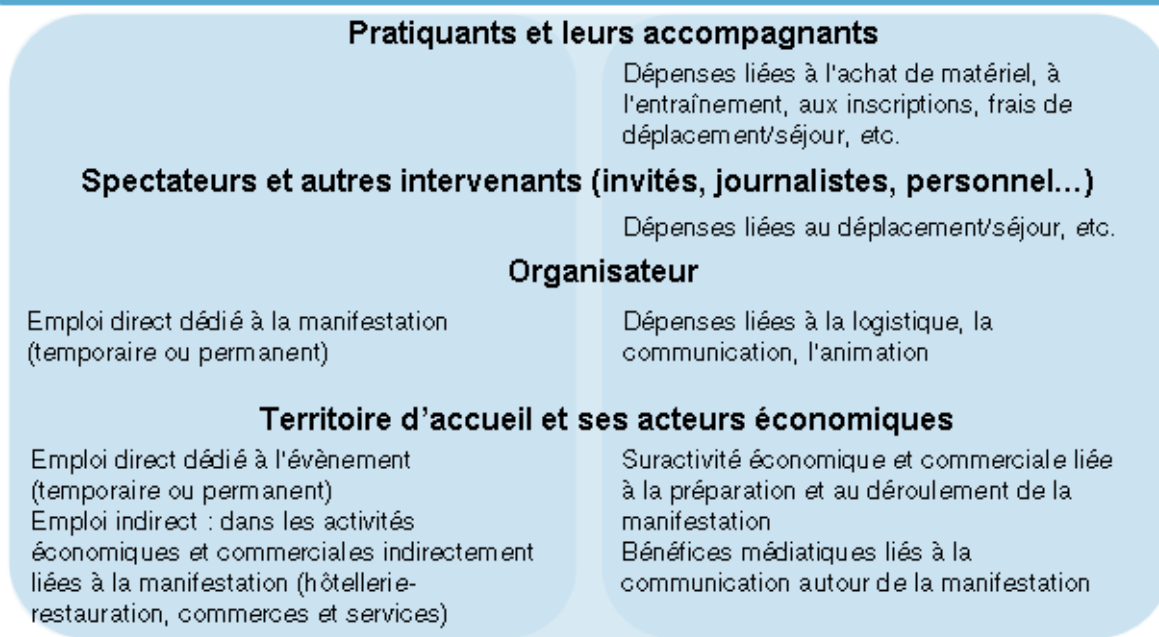
Cette approche territoriale est également applicable à l'origine géographique de l'argent injecté dans l'économie locale : en identifiant la provenance des différentes catégories de publics et de contributeurs, on peut choisir d'effectuer un tri entre « l'argent neuf » réellement injecté depuis l'extérieur et les dépenses effectuées avec des ressources déjà présentes sur le territoire (spectateurs ou participants habitant sur place, subventions locales, sponsors, etc.).

Événements sportif de nature et événements mixtes

De nombreuses manifestations associent les sports de nature et d'autres éléments d'animation : ludiques, culturels, patrimoniaux, folkloriques, commerciaux... Tout en prenant en compte cette réalité qui peut compliquer l'analyse (quelle contribution respective pour chaque volet de l'événement ?), nous considérerons dans ce document comme événement sportif de nature les seules manifestations dans lesquelles les sports de nature constituent l'élément principal d'animation de l'événement... Par contre tous les types d'événements sportifs de nature peuvent être traités dans ce type d'analyse : du plus compétitif au plus touristique en passant par l'animation locale, du niveau départemental au national voire international.



critères d'appréciation des retombées économiques globales



Impact économique à court terme

Attractivité, éviction

Effet de notoriété ou d'image influençant le choix d'une destination touristique

Emploi directement ou indirectement imputables à la tenue de la manifestation sportive de nature

Dépenses directement ou indirectement imputables à la tenue de la manifestation sportive de nature

ASPECTS NON INCLUS DANS L'ANALYSE DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

Emploi indirect

Emploi relatif aux activités commerciales indirectement liées à l'évènement (hôtellerie, restauration, commerces et services...)

Retombées induites

Retombées économiques liées à un effet multiplicateur de l'argent injecté dans le territoire grâce aux retombées directes et indirectes

Injection économique primaire

Emploi direct (dédié à l'évènement)

Dépenses effectuées à l'occasion de l'organisation et du déroulement de l'évènement

CHAMPS D'ETUDES DE L'ANALYSE DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES D'UN ÉVÈNEMENT SPORTIF DE NATURE



Évaluation : que mesure-t-on ?

Outre l'emploi directement lié à la manifestation, les retombées à mesurer sont constituées, selon les cas, des dépenses :

- **des organisateurs et structures associées** (consommation de produits et services relatifs à la préparation et au déroulement de la manifestation) ;
- **des collectivités du territoire d'accueil** (compléments aux dépenses des organisateurs et structures associées) ;
- **des participants et accompagnants** (frais liés à l'inscription, achats et prestations liés au déplacement et au séjour) ;
- **des spectateurs** (éventuel droit d'accès au lieu de la manifestation, achats et prestations liés au déplacement et au séjour).

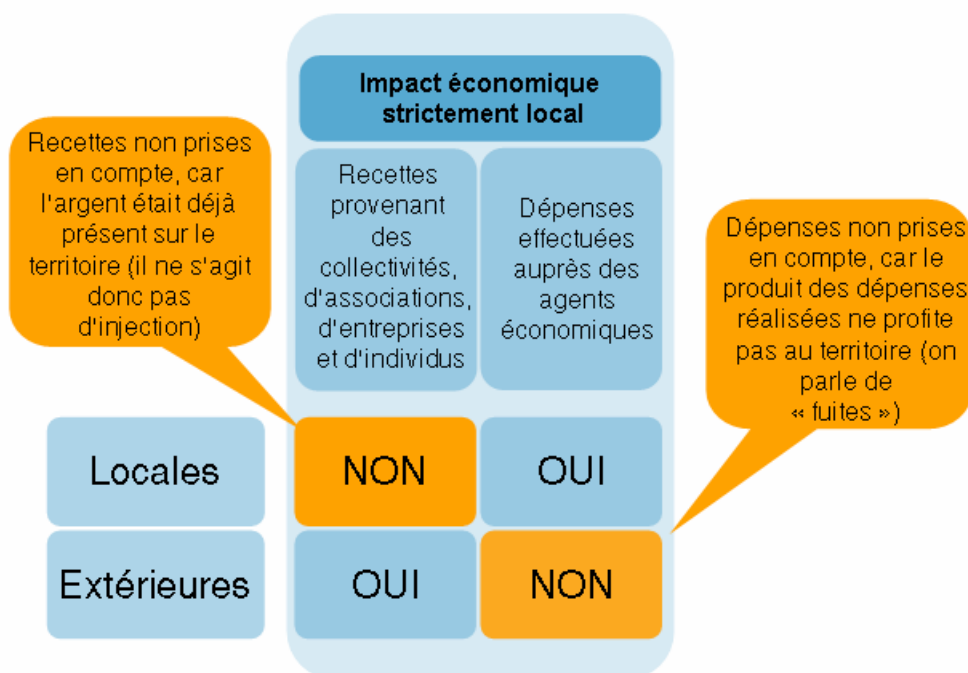
Dans la pratique, cette dernière catégorie de public est à la fois délicate à dénombrer, ce qui peut fausser les extrapolations de dépenses, et difficile à relier directement à la manifestation (passants, habitants etc.). Par ailleurs, l'interrogation des spectateurs peut difficilement être différée, ce qui implique de mobiliser des moyens d'enquête parfois lourds pendant l'événement. Ces contraintes peuvent alors amener à faire porter l'évaluation de manière prioritaire sur les précédentes catégories.

Même si toutes les études en matière d'impact économique ne sont pas rigoureuse sur ce point, il s'agit d'appliquer au territoire retenu le principe « injection / fuites » pour déterminer l'impact économique sur le territoire d'accueil. Toutes les dépenses ne seront pas forcément prises en compte selon qu'elles constituent de nouvelles ressources ou non pour le territoire : de la même façon, les recettes locales devront être évincées de l'analyse. Cette méthodologie demande une collecte des données « territorialisée » comme explicité dans le chapitre « la question du périmètre géographique » (Cf page 5)

Des spécificités qui pèsent sur l'évaluation

L'évaluation de l'impact économique des manifestations sportives de nature doit tenir compte de quelques caractéristiques majeures de ce type d'événements :

- **un déroulement en milieu extérieur généralement « ouvert » et sans billetterie**, qui peut compliquer, selon la configuration (manifestation sur sites diffus ou linéaires par exemple), les comptages précis du public et la prise de contact sur site avec les individus qui constitueront l'échantillon interrogé, dans le cadre d'une enquête par sondage ;
- **des volumes de public parfois modestes, et des effectifs de participants qui peuvent être supérieurs au nombre de spectateurs**, ce qui amènera à privilégier l'évaluation des dépenses des participants et de leur entourage d'« accompagnants » ;
- **des manifestations souvent composites**, au sein desquelles cohabitent différentes catégories de participants, d'épreuves, voire plusieurs pratiques sportives différentes, qui pourront - ou non selon les finalités de l'évaluation - apporter de la finesse à l'analyse des retombées.



À chaque événement ses conditions d'évaluation

Chaque manifestation sportive de nature peut être analysée en fonction de différents critères qui auront une incidence sur les conditions de faisabilité et de mise en œuvre d'une évaluation économique.

On peut notamment distinguer les critères suivants :

Taille de l'évènement	- Quel volume de participants, d'accompagnants, de spectateurs ? - Quelle zone d'attraction des participants et accompagnants, des spectateurs ? - Quels moyens financiers et humains mobilisés ?
Organisation	- Quelle implication du territoire d'accueil ? - Organisateur unique ou comité d'organisation ? - Maîtrise d'œuvre de l'organisation : directe ou déléguée ? - Logique commerciale ou non-commerciale de l'organisation ? - Degré de prise en charge des participants (prestations tout compris / inscription sèche) ? - Quelle motivation pour une démarche d'évaluation ? (organisateur, territoire d'accueil, agents économiques locaux) - Moyens humains permanents / ponctuels ? - Moyens humains rémunérés / bénévoles ? - Moyens internet ? - Moyens informatiques de suivi de fichiers ?
Publics	- Inscription participants payante / non payante ? - Inscription préalable / sur place ? - Inscription informatisée (optionnelle, obligatoire ?) / papier ? - Participants amateurs / professionnels ? - Identification des accompagnants ? - Individuels / équipes-clubs / teams pros ? - Occasion de contact ultérieur avec les participants (résultats, newsletter par ex.) ? - Accès spectateurs payants / non payants ? - Billetterie sur réservation / sur place ?
Modalités temps	- Durée : <= journée / > journée compact / > journée composite (plusieurs WE par ex.) ? - Périodicité : reconduit régulièrement / occasionnel / exceptionnel ? - Date : haute-saison touristique / basse saison / hors saison ? - Ancienneté : première édition / reconduction rythme de croisière / reconduction nouvelle formule / événement ancien bien ancré ?
Modalités lieu	- Territoire d'accueil : degré de développement de l'économie touristique ? - Configuration spatiale des sites espaces ou itinéraires (épreuves) : concentrés / diffus ? - Configuration spatiale des accès du public : contrôlables / non contrôlables ?



Exploiter les différentes sources d'information

Pour recueillir les informations nécessaires à l'évaluation de l'impact économique d'une manifestation, plusieurs sources sont mobilisables, en faisant appel à des modalités de recueil adaptées à chaque cas.

Au niveau de l'organisation, on peut effectuer une **analyse des éléments de budget** fournis et commentés par **l'organisateur et ses partenaires techniques**, ce qui permet de recenser les postes de dépense de manière plus ou moins précise selon les modalités de tenue de la comptabilité.

Les participants sont en théorie les individus les plus facilement « traçables » parmi ceux qui fréquentent une manifestation sportive de nature et l'on peut choisir de les contacter sur site ou à leur domicile pour **une enquête quantitative avec questionnaire portant sur leurs différents postes de dépenses**.

Selon la qualité du lien tissé entre participants et organisateurs, on peut en effet connaître leurs caractéristiques et leurs coordonnées de manière suffisamment fine pour baser l'enquête sur un échantillon de répondants dont on connaît la représentativité par rapport à l'ensemble des participants. L'enquête peut également être exhaustive selon les effectifs concernés et les moyens de contact utilisables.

Les accompagnants, qui font partie de l'entourage des participants sans participer eux-mêmes aux épreuves, ont un lien avec les participants qui peut permettre de les repérer, les dénombrer et les interroger eux aussi plus facilement. Il s'agit en fait d'une catégorie particulière de spectateurs, plus « traçables » que les spectateurs classiques de par leur lien avec les participants, qui peut parfois amener à recueillir de l'information sur eux en questionnant simplement les participants.

Dans certains cas particuliers, ils sont d'autant plus repérables qu'ils font eux aussi l'objet d'une procédure d'inscription, ce qui les assimile à des participants (raids avec assistants enregistrés par exemple).

Les spectateurs représentent la catégorie la plus délicate à cerner en milieu ouvert, tant pour les dénombrer totalement que pour connaître leur profil et leurs sous-populations. Ces deux types d'informations sont pourtant indispensables si l'on veut extrapoler de manière fiable les montants de dépenses obtenus par enquête auprès d'un échantillon de spectateurs.

Dans la pratique, il peut s'agir de faibles volumes de spectateurs, parfois exclusivement locaux, et la modestie des résultats n'est alors pas à la hauteur des moyens déployés pour cerner leurs dépenses.

Les agents économiques du territoire d'accueil peuvent fournir des informations intéressantes sur d'éventuels **effets de surconsommation de leurs produits ou prestations** à l'occasion des manifestations sportives de nature. On dispose alors d'indices complémentaires et qui peuvent conforter les données recueillies auprès des sources précédemment citées. Mais ces sources permettront rarement d'être exhaustif, avec des chiffres aléatoires, et ne sont mobilisables que sous réserve d'une forte adhésion des commerçants et prestataires.

Pour le recueil d'informations sur les dépenses des différentes catégories de public, on distingue deux logiques différentes de questionnement : le questionnement global ou le questionnement détaillé. La fiche technique n°9 décrit de manière précise leurs caractéristiques respectives.

Ceux qui réalisent des dépenses

ORGANISATION

Organisateur

Territoire d'accueil

→ Recueil d'éléments comptable

PUBLIC

Participants

Accompagnants

Spectateurs

→ Questionnaires dépenses

→ Comptages

Ceux qui bénéficient des dépenses

TISSU ECONOMIQUE

Agents
économiques
locaux

→ Indices de suractivité



Quelques alertes méthodologiques

Ne pas se tromper d'interlocuteur : dans certains cas, les personnes que l'on interroge sont incapables de fournir une information fiable sur une dépense engagée à leur bénéfice par un tiers (cas classique de participants faisant partie d'un club qui a assuré l'inscription à l'épreuve ou la réservation d'un hébergement collectif, ou de professionnels déchargés des soucis logistiques par leur team manager, spectateurs n'ayant pas personnellement payé un repas pris en groupe. Il faut alors prévoir de compléter les réponses manquantes auprès des bons interlocuteurs.

Ne pas compter deux fois la même somme : les dépenses effectuées par l'organisateur sont financées entre autres par ses recettes liées aux montants réglés par les participants pour leur inscription et les prestations proposées par l'organisation, ou par les spectateurs pour une éventuelle billetterie d'accès. Dès lors, les dépenses correspondantes engagées par les participants et les spectateurs ne doivent pas être prises en compte dans l'enquête les concernant, afin de ne pas comptabiliser deux fois un même flux d'argent.

C'est la même chose avec les agents économiques : leurs recettes sont les dépenses du public.

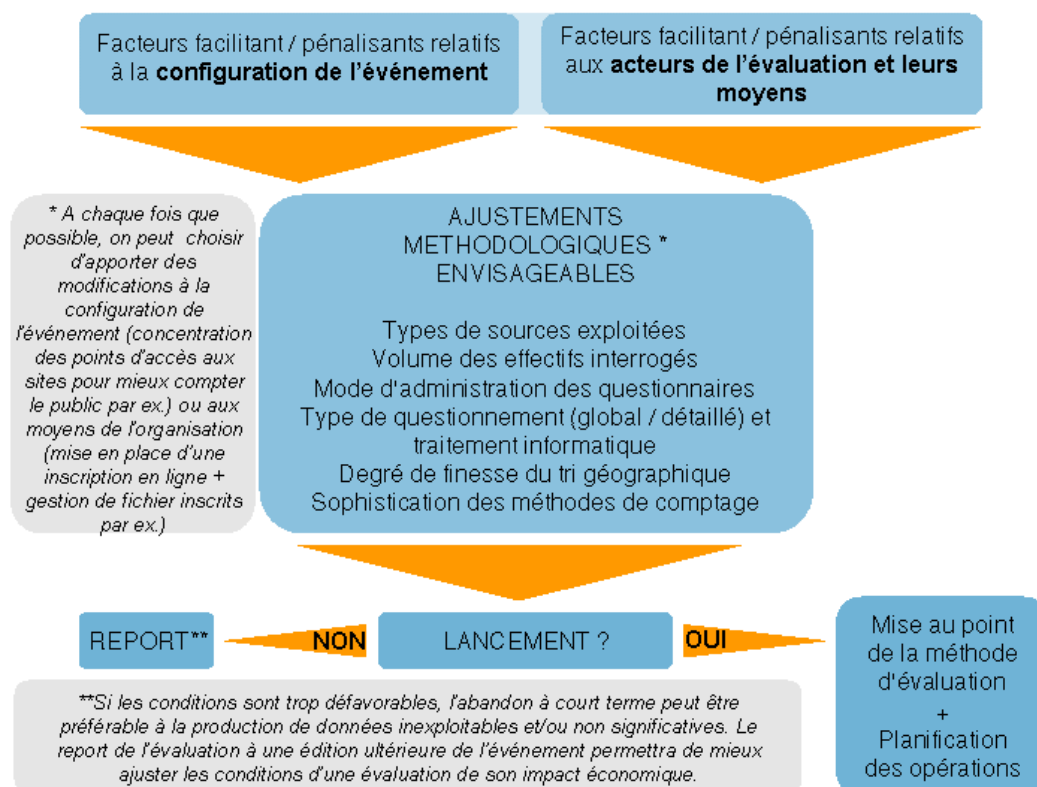
Ne pas définir un territoire d'étude trop important ou trop restreint. Dans un territoire trop étendu, la majorité des subventions sont « internes » et ne rentrent pas dans l'impact économique net lié à la manifestation. Les retombées seront donc moindre à une trop petite échelle. A l'inverse, un terri-

toire d'étude trop restreint voit une partie des dépenses des publics investi en dehors du territoire, ce qui amoindrit les retombées économiques. Le choix de l'espace de référence est donc crucial et influencera fortement les résultats de l'étude d'impact économique. Attention, suite à ce constat, la comparaison avec d'autres études du même type devra donc se faire sur des territoires équivalents.

Ne pas comparer des études aux méthodologies différentes. La démarche initiée par le PRNSN s'attache à mesurer l'impact économique net profitant à un territoire. Or de nombreuses études n'ont pas la même façon d'appréhender le bénéfice lié à une manifestation. Elles peuvent par exemple prendre en compte l'ensemble du poids économique généré par la manifestation. Elles peuvent également valoriser financièrement le bénévolat lié à la manifestation ou quantifier le bénéfice médiatique également lié. Les résultats issus de la démarche présentée dans ce guide, attachée à l'impact net de la manifestation sur le territoire d'accueil, peuvent donc paraître sous-évalués par rapport à ceux des études habituellement diffusées.

Adapter sa démarche d'évaluation

Quand la mise en œuvre d'une évaluation d'impact économique est envisagée, on en arrive rapidement à devoir effectuer des choix pour adapter à une manifestation la méthode d'évaluation en fonction des deux types de facteurs susceptibles de la faciliter ou de la pénaliser :



10 questions à se poser avant de se lancer :

Vous envisagez de mettre en œuvre une évaluation de l'impact économique de votre manifestation. Êtes-vous prêt à :

- 1) Intégrer les différentes phases de l'évaluation dans votre planning ainsi que les moyens correspondants dans votre budget ? *(cf. fiche 6)*
- 2) Adapter votre formulaire d'inscription pour recueillir des données permettant d'interroger les participants hors-site (coordonnées complètes, dont courriel) et d'extrapoler les résultats obtenus auprès de l'échantillon des répondants à l'ensemble des participants (âge, sexe, catégorie sociale,...)? *(cf. fiche 1)*
- 3) Consacrer des moyens humains et techniques pour réaliser une enquête statistique sur le terrain lors de votre événement (ou la sous-traiter) ? *(cf. fiche 6)*
- 4) Prévoir à l'avance les modalités de validation, de partage et de diffusion des résultats ? *(cf. fiche 7)*
- 5) Fournir et commenter les éléments de votre comptabilité nécessaire au recensement de vos postes de dépense ? *(cf. fiche 4)*

**Cochez
si OK**

☐
☐
☐
☐
☐

Si vous avez coché
les 5 cases ci-
dessus, alors :
**BON POUR
L'ETUDE
D'IMPACT
ECONOMIQUE DE
VOTRE
MANIFESTATION**

Vous souhaitez optimiser l'évaluation de l'impact économique de votre manifestation. Êtes-vous prêt à :

- 6) Considérer la mise en œuvre de l'évaluation comme un volet à part entière de l'organisation de votre événement ?
- 7) Modifier le cas échéant certains aspects de la configuration de l'événement pour faciliter l'évaluation ?
- 8) Traiter les inscriptions en ligne sur Internet
- 9) Créer un fichier « participants » et le gérer sous informatique ?
- 10) Mettre en place un comptage des spectateurs ? *(cf. fiche 5)* Rassembler des données sur la fréquentation habituelle du territoire et le tissu économique local notamment pour enrichir l'interprétation des résultats?

☐
☐
☐
☐
☐

Si vous avez coché
les 5 cases ci-
dessus, alors :
**CONDITIONS
OPTIMALES
REUNIES POUR
L'ETUDE**



LE PÔLE RESSOURCES NATIONAL SPORTS DE NATURE PEUT VOUS AIDER :

Ce mémento récapitule les principaux enseignements issus des études expérimentales. Malgré ce transfert de connaissance, les compétences nécessaires au montage d'une telle étude sont rarement toutes détenues par le commanditaire du projet.

Il s'agit donc de se faire épauler lors de certaines phases cruciales afin de ne pas dégrader la qualité du travail par des choix et des partis pris non

fondés. Le PRNSN peut quantifier avec vous vos besoins pour le montage d'études similaires et vous aiguiller vers les outils les plus adaptés et les personnes ressources spécialistes des domaines recherchés pour que vous puissiez mener à bien votre étude dans les meilleures conditions. Les points énoncés ci-dessous récapitulent l'ingénierie à votre disposition pour vous aider dans votre démarche d'évaluation.

Plan de sondage :

- stratégie de déploiement des enquêtes suivant les spécificités de l'étude ;
- création ou expertise de la maquette des enquêtes ;
- préconisation pour une approche plus fine et un traitement optimisé des données.



Crédit photo : JM. Allaman

Lieu d'administration des enquêtes lors du Trail des gendarmes et des voleurs

Déploiement des questionnaires :

Dans le cadre d'une enquête auto administrée post séjour, le questionnaire en ligne est un moyen efficace et peu coûteux en temps et en moyen humain (cf fiche 2). Le PRNSN met à disposition son outil d'enquête en ligne et son savoir faire en matière d'élaboration de questionnaire par Internet :

- adaptation des enquêtes au questionnement via Internet ;
- mise en forme du questionnaire ;
- création d'un compte spécifique permettant un suivi du déploiement et un accès à la base de données.



- nettoyage des données brutes ;

[illegible]

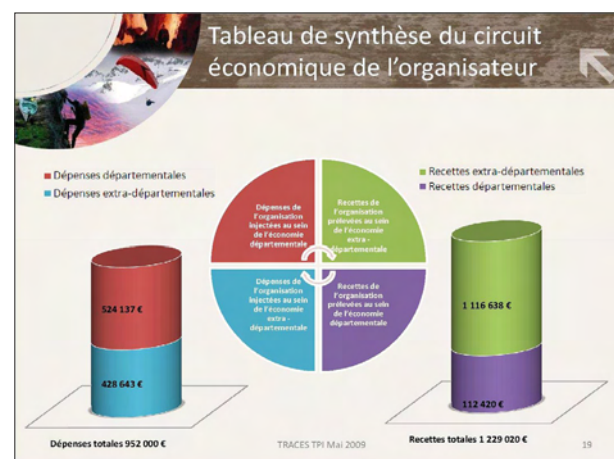
*Tableur récapitulatif des indicateurs économiques liés
à une manifestation*

- commenter et mettre en perspective les indicateurs obtenus ;

Les différents appuis techniques et méthodologiques sont dissociables en fonction de vos besoins et de vos compétences. Ils ont pour objectifs de vous permettre de produire plus facilement des résultats fiables, comparables et dont la méthodologie d'élaboration est partagée par les acteurs du réseau sports nature.

Lors de la phase de modélisation de la méthode un plan type de restitution a été adopté qui permet de couvrir l'ensemble des points à aborder :

- 1° présentation de l'évènement ;



Mise en forme graphique du circuit économique des dépenses et recettes organisateur

Pour plus de détails sur les études conduites par le Pôle ressources national des sports de nature, vous pouvez télécharger les rendus sur le site www.sportsdenature.gouv.fr



Les fiches techniques

Fiche 1 : Bien utiliser le bulletin d'inscription	p. 14
Fiche 2 : Des outils pour se faciliter la tâche	p. 17
Fiche 3 : Un questionnaire, des questionnaires	p. 18
Fiche 4 : Grille de recueil des éléments comptables	p. 21
Fiche 5 : Méthodes de comptage du public en milieu ouvert	p. 23
Fiche 6 : La planification et les moyens	p. 25
Fiche 7 : Le rendu final	p. 28
Fiche 8 : Enquêtes statistiques, notions et précautions de base	p. 30
Fiche 9 : Les questionnement global / le questionnement détaillé	p. 32
Fiche 10 : Du chiffre brut à l'analyse	p. 34

Pourquoi ?

- Un des problèmes régulièrement rencontré est le manque de disponibilité des participants le jour de l'événement pour répondre à un questionnaire. Pourtant, il est possible de les contacter « à domicile » plus tard, dans un moment de plus grande disponibilité et avec l'avantage de les interroger sur l'ensemble des dépenses engagées pendant l'évènement (surtout s'il se déroule sur plusieurs jours) puisque l'événement est terminé (on dégage aussi des enquêteurs que l'on peut affecter au questionnement des spectateurs et accompagnants sur site). Cela suppose de recueillir au préalable des coordonnées effectivement exhaustives et exploitables à l'occasion de leur inscription.

- Pour savoir si les réponses données par l'échantillon des participants qui ont répondu au questionnaire ont des chances d'être celles qu'auraient données l'ensemble des participants, il faut pouvoir comparer la répartition de certaines caractéristiques dans l'échantillon (proportion hommes/femmes, classes d'âges, répartition par catégorie sociale, lieu de résidence,..) avec leur répartition pour l'ensemble des participants. Si ce contrôle de la représentativité de l'échantillon n'est pas possible, l'extrapolation des réponses données par l'échantillon reste hasardeuse.

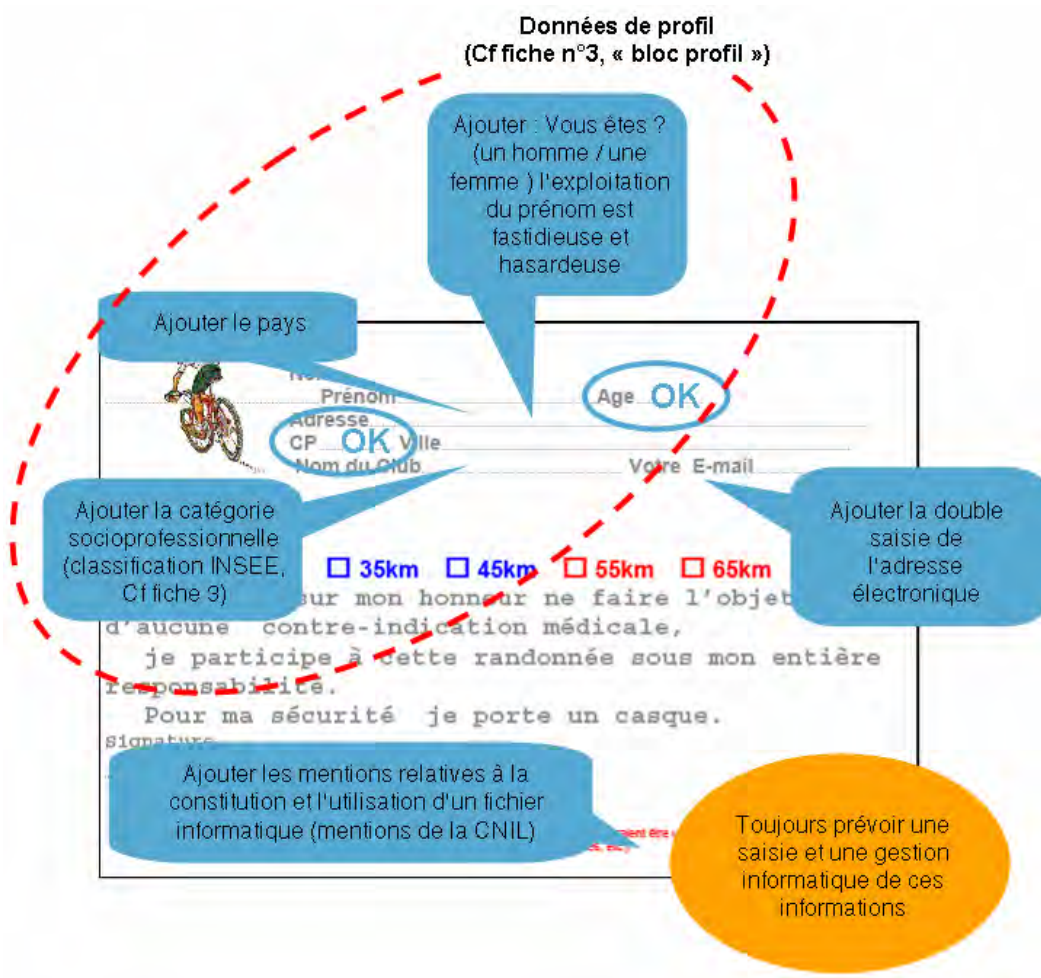
Les mêmes questions de « **profil** » (sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle, lieu de résidence,..) doivent donc être posées :

- à l'ensemble des participants dans le bulletin d'inscription,
- aux participants qui répondent au questionnaire.

Comment ?

Il suffit souvent d'ajouter quelques cases au bulletin d'inscription :

Données de profil
(Cf fiche n°3, « bloc profil »)



The diagram shows a registration form with several fields and checkboxes. A red dashed line highlights the 'Données de profil' section. Callouts provide instructions on how to add more information to the form:

- Ajouter le pays**: A callout pointing to the 'Pays' field.
- Ajouter la catégorie socioprofessionnelle (classification INSEE, Cf fiche 9)**: A callout pointing to the 'Catégorie socioprofessionnelle' field.
- Ajouter : Vous êtes ? (un homme / une femme) l'exploitation du prénom est fastidieuse et hasardeuse**: A callout pointing to the 'Sexe' field.
- Age OK**: A callout pointing to the 'Age' field.
- Ajouter la double saisie de l'adresse électronique**: A callout pointing to the 'E-mail' field.
- Ajouter les mentions relatives à la constitution et l'utilisation d'un fichier informatique (mentions de la CNIL)**: A callout pointing to the 'Mentions' field.
- Toujours prévoir une saisie et une gestion informatique de ces informations**: A callout pointing to the 'Données de profil' section.

The form includes fields for: Prénom, Adresse, CP, Ville, Nom du Club, Votre E-mail, and checkboxes for 35km, 45km, 55km, and 65km. It also contains a declaration of responsibility and a signature line.



Le bulletin papier reste une bonne formule, car il peut être rempli sur place au dernier moment (cas des événements sans inscription préalable) ¹.

En revanche, il impose une saisie informatique ultérieure pour constituer le fichier informatique, indispensable pour être efficace dans l'évaluation (traçabilité des participants pour transmission des questionnaires, traitements statistiques de base et contrôle de représentativité,...), mais aussi dans d'autres domaines (gestion du classement, envoi des résultats, annonce des prochains événements, relances pour les certificats médicaux dans le cas d'inscriptions préalables).

Dans la plupart des cas, ce fichier existe déjà pour gérer les classements et il suffit de l'enrichir des données recueillies sur le bulletin pour faciliter le travail d'évaluation.

L'idéal reste la saisie des données en ligne par le participant lui-même, via un site internet propre à l'organisateur ou fourni ponctuellement par des prestataires spécialisés ².

Pour recueillir des données de manière exhaustive, on peut choisir de rendre obligatoire la saisie des champs correspondant pour valider l'inscription.

ATTENTION !

1 - La rigidité des règles de format utilisées dans les protocoles internet peut occasionner de forts taux de déchets dus aux erreurs d'adresses électroniques (retranscription depuis un bulletin manuscrit ou erreur de saisie en ligne par les participants).

- Dans le cas d'une **saisie en ligne**, il faut prévoir une double saisie par le participant avec vérification par comparaison entre les deux adresses saisies pour éliminer les erreurs de frappe. En outre, des techniques informatiques permettent de déterminer si la chaîne de caractères tapée respecte bien le format d'une adresse électronique (mais elles ne vérifient pas si l'adresse existe bien).

- Pour une **saisie manuscrite** sur bulletin papier, si l'on veut être rigoureux ³, on peut également proposer une double saisie :

- la première **en lettres cursives** (écriture courante tracée à la main), qui permet de repérer d'éventuelles variations entre majuscules et minuscules au sein de l'adresse

- la seconde **en lettres capitales** pour faciliter le décryptage des écritures cursives difficiles à interpréter et attirer l'attention du participant sur le besoin de lisibilité de son adresse.

1/ Veuillez écrire votre adresse e-mail

@ .

2/ Pour éviter des erreurs de retranscription, veuillez écrire à nouveau votre adresse e-mail en lettres capitales

@ .

2 - Le recueil de données personnelles nominatives en vue de la constitution d'un fichier informatique est soumis à des règles édictées et contrôlées par la CNIL ⁴ :

- recueillir le consentement des personnes fichées pour utiliser une information qui les identifie;
 - leur communiquer l'identité du détenteur, la finalité du traitement, le caractère obligatoire ou facultatif des réponses, les destinataires des informations, l'existence de droits, les transmissions envisagées;
 - fixer une durée de conservation raisonnable en fonction de l'objectif du fichier
- Selon les cas, une déclaration à la CNIL peut être obligatoire.

3 - En anticipant, d'autres données spécifiques à chaque manifestation peuvent être demandées et permettre de soulager l'analyse : la question de l'hébergement qui passe par une centrale de réservation, les repas pris en charge par l'organisation, la durée de séjour...

Le recueil de ces données a l'avantage d'être exhaustif, donc très fiable.

¹ - Il faut donc toujours prévoir une version papier de son bulletin d'inscription en ligne

² - Des prestataires spécialisés proposent la mise à disposition de sites d'inscription en ligne avec paiement sécurisé.

³ - Bien que la norme qui définit le format des adresses électroniques impose de respecter la casse (majuscules/minuscules), la plupart des fournisseurs d'accès internet ne font pas la distinction dans la pratique. On peut donc choisir de se contenter d'une saisie en lettres capitales.

⁴ - Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés. www.cnil.fr . Mentions-type : <http://www.cnil.fr/index.php?id=2107>



Fiche 2 - Des outils pour se faciliter la tâche

Pourquoi ?

- Parce que le travail nécessaire à l'évaluation de l'impact économique d'un événement sportif de nature vient se superposer à l'organisation de l'événement. Dans ces conditions, toutes les solutions permettant de gagner en efficacité doivent être exploitées.

- Un événement se déroule sur une période sinon brève, du moins intense : il faut pouvoir déployer ses moyens d'enquête au bon moment et au bon endroit, affecter le bon outil à la bonne problématique de recueil d'information (ex. : concentrer ses enquêteurs sur les spectateurs le jour de l'événement, car ceux-ci sont tous inconnus et de passage alors que tous les participants peuvent être répertoriés dans une base informatique et joignables pour une enquête différée et à domicile).

Comment ?

Choisir un mode d'administration adapté aux champs de l'étude, aux moyens disponibles et au format de l'événement.

En jouant sur les différents modes d'administration de questionnaires, on peut adapter l'enquête à ses moyens, en panachant éventuellement les procédés¹.

	Questionnaire papier en face à face	Saisie en face à face sur pocket PC	Enquête auto-administrée «accompagnée»	Enquête auto-administrée post-séjour
Les +	- bonne représentation des dépenses effectuées - guide les sondés dans la reconstitution de leurs dépenses - effet incitatif grâce à la présence de l'enquêteur	- attractif et ludique pour le sondé - nécessite très peu de place dans le sac à dos - effet incitatif grâce à l'enquêteur - économise un temps précieux sur la saisie et améliore la qualité des réponses	- Plus grand nombre de questionnaires remplis que l'administration en face à face - effet incitatif grâce à la présence de l'enquêteur à proximité des enquêtés	- pas d'enquêteurs, pas de saisie (sauf pour questionnaire papier/courrier) - peut apporter des réponses de qualité : les sondés prennent le temps de répondre et connaissent les dépenses réellement engagées durant la manifestation - permet de cibler un éventail très large de personnes
Les -	- nécessite beaucoup de temps - moyennement adaptée en cas de pluie et dans le cas de sondés très occupés ou sans cesse en déplacement - ne permet pas d'obtenir un ratio « temps/nombre de questionnaires » élevé (20 à 50 questionnaires par jour selon le type d'événement et le volume du questionnaire)	- temps de rechargement des batteries - responsabilité de l'organisateur et/ou des enquêteurs sur le maniement de l'engin - formation préalable pour parer aux inévitables bugs - présence souhaitable de quelques questionnaires papiers au cas où.... - frais de mise en forme du questionnaire - plutôt pour questions fermées	- réponses plus ou moins fiables selon la capacité de l'enquêteur à expliquer les questions qui pourraient porter à confusion et vérifier les réponses - exige un lieu où 6 à 8 sondés peuvent s'asseoir, abrité en cas de pluie - formation de l'enquêteur pour gérer un groupe (50 à 100 questionnaires par jour selon les configurations d'enquête)	- nécessite un bon fichier d'adresses - frais d'affranchissement ou de mise en ligne du questionnaire (en ligne) - réponses plus ou moins fiables selon la motivation du sondé à répondre et la formulation des questions - taux de réponses dépendant du mode d'inscription (en ligne ou par courrier)

¹ - Par ex. remise sur site de questionnaires auto-administrables mentionnant un numéro de Libre Réponse qui permet un retour du questionnaire gratuit pour le répondant (il ne paye que l'enveloppe, le commanditaire ne paye que l'affranchissement et la collecte des questionnaires effectivement retournés).



Les atouts d'internet

Internet représente une opportunité fantastique pour démultiplier et accélérer les échanges entre questionneur et questionnés.

Un site internet, si possible totalement maîtrisé par l'organisation, permet également de gérer beaucoup d'autres aspects de l'organisation de l'événement et de sa communication.

Concernant l'évaluation économique, il est aussi utile au stade de l'inscription (cf. fiche 1) que pour la transmission et le recueil de questionnaires.

La saisie d'un questionnaire en ligne est une solution intéressante car elle peut être utilisée à deux niveaux :

- Le questionné internaute effectue confortablement sa saisie à domicile et les données sont directement utilisables, après vérification de leur cohérence, pour des traitements statistiques, sur un logiciel de statistique hébergé dans le serveur, ou après export vers logiciel externe. On économise ainsi l'enquêteur et l'opérateur de saisie. Pour plus de facilité, il peut être opportun d'offrir au questionné une possibilité de saisie en plusieurs fois avec mémorisation des données partiellement saisies. En effet, dans la pratique, il ne restera pas forcément en continu devant un écran pour répondre à l'ensemble des questions d'une seule traite (en fonction de la taille du questionnaire).
- Les questionnaires recueillis par courrier ou sur site peuvent également être saisis en ligne (directement ou en différé) par les enquêteurs pour aboutir dans la même base de données que celle qui accumule les données transmises par les questionnés. Deux avantages : moins d'erreurs de saisie car un masque de saisie filtre les données entrantes et contrôle la saisie en tant réel pour des ajustements méthodologiques (permet également de « voir » le temps effectif passé à la saisie).

Le traitement des données

Selon la logique de questionnement utilisée, les besoins en matière d'outil de traitement statistique peuvent varier (cf. fiche 9).

Pour un traitement statistique « classique » des données (questionnement global), des logiciels en ligne sont disponibles sur le marché, ce qui évite de s'équiper durablement alors que le besoin est ponctuel. Dans certaines situations, un simple tableur peut également permettre de traiter les données récoltées.

ATTENTION !

L'outil statistique n'est qu'un renfort de la méthode : ses qualités intrinsèques, aussi sophistiquées soit-elles, ne compenseront jamais une carence en matière de méthode et accentueront peut-être les erreurs commises.

L'absence d'enquêteurs en face à face impose des questionnaires auto-administrables très bien conçus pour faciliter la tâche du répondant, sachant que le sujet sur lequel il est interrogé est déjà relativement ingrat (mémorisation, reconstitution/calcul, questions d'argent, etc.).

Les questionnaires auto-administrés nécessitent une procédure de relance (mail de rappel) ou de stimulation (loterie, priorité ou avantage à l'inscription année N+1) pour soutenir les taux de retour.

La voie électronique offre une instantanéité intéressante pour le recueil des données, qui ne doit pas être annihilée par un défaut de réactivité en matière de traitement.

Internet ne touche pas la totalité des personnes que l'on cherche à contacter (défaut d'équipement informatique à domicile, d'accès haut débit, de « e-culture ») : les solutions papier et postale auront toujours leur intérêt pour élargir le spectre de l'évaluation et accroître les taux de retour de questionnaires.

La saisie de données en ligne est encadrée par la CNIL (cf. fiche 1).



Pourquoi ?

- Le questionnaire est un élément incontournable pour toute évaluation d'impact économique.
- Sa qualité conditionne fortement la validité de l'évaluation dans son ensemble.

Comment ?

Principes pour la construction du questionnaire

- Un questionnaire est d'autant plus pertinent et efficace que l'on a une connaissance préalable assez détaillée des comportements des populations enquêtées. Un temps d'échange avec les personnes ressources de la manifestation est donc indispensable pour approcher, dans la mesure du possible, le comportement supposé des individus. On pense par exemple à la composition des groupes, à des postes de dépense spécifiques à une manifestation, ou à une question relative au comptage des individus (Cf fiche 9)
- Questionner en fonction des informations que l'interrogé est capable de donner au moment où l'évaluation a lieu.
- Construire le questionnaire de façon à amener le sondé à reconstituer ses dépenses simplement et de manière déductive.
- Construire le (ou les) questionnaire(s) en fonction des sondés (individuels ou en groupes).
- Eviter le sur questionnement (questions dont on peut obtenir les réponses par déduction, traitement informatique ou par d'autres sources) ou les questions accessoires non directement liées au champ de l'évaluation, en l'occurrence les retombées économiques.
- Se mettre dans les conditions de son utilisation avant de le construire (période, disponibilité des enquêtés, comportements, tailles des groupes, sites d'enquêtes...).
- Une règle : pour chaque question, s'interroger à la fois sur l'utilité et l'exploitation opérationnelle des éventuels résultats (« si l'on me répond cela, est-ce que cela m'intéresse réellement et est-ce que la formulation de la question me donnera une réponse exploitable par la suite ? »).
- Temps d'administration : se limiter à 10' par questionnaire.
- Aspect visuel (auto-administré surtout) : se limiter à deux pages de questionnaire.
- Impérativement effectuer un test préalable (structure, formulation, modalités de variables, temps d'administration, etc.).

Pistes pour la diffusion et l'administration des questionnaires

- Motiver les enquêteurs (intéressement) mais en évitant le remplissage fantaisiste (importance de la qualité du recrutement et de la formation).
- Si le questionnaire est de type post-événement (lors du repas, tirage au sort, remise des prix) le faire administrer par des personnes « proches » des participants ou sensibilisés à la thématique sportive.
- Enquêteurs en tenue sport, aux couleurs de l'évènement, pour faciliter l'identification. Des annonces micro pour expliquer la démarche et motiver les répondants facilitent aussi le travail des enquêteurs.
- Essayer de déduire la réponse à la question en fonction de ce que disent les sondés et en leur demandant validation (exemple : Votre hôtel « X » est à 64€ la nuit, n'est-ce pas ? Vous étiez plusieurs dans la chambre ? Combien ?) : le degré d'implication de l'enquêteur est alors essentielle.
- En cas de repas post événement, c'est le moment à privilégier, plutôt sur le registre auto administré avec assistance (enquêteurs à disposition du groupe de répondants pour les aider à répondre à certaines questions).
- Tenir compte des conditions extérieures pouvant impacter la qualité de l'enquête (météo, niveau sonore, densité de population etc.)
- S'il n'y a pas de lieu de concentration, diffusion par enquêteurs sur les parkings (nécessite un gros volume de main d'œuvre).
- On peut stimuler les sondés pour qu'ils remplissent le questionnaire, en leur offrant une assistance au remplissage, en les motivant par un tirage au sort des questionnaires remplis ou en prévoyant des moyens pour organiser une phase de relance (dans le cas de questionnaires envoyés par courrier papier ou électronique).
- On peut enfin poser des questions liées au comptage du type « avez-vous un bracelet » ? (Cf : fiche 5)



Fiche 3 - Un questionnaire, des questionnaires

Exemples de blocs de contenu d'un questionnaire d'évaluation

- Un bloc « **Profil et caractérisation du séjour** » **indispensable** : les informations qui y figurent sont indispensables à recueillir pour juger de la représentativité de l'échantillon de répondants par rapport à l'ensemble de la population étudiée, pour laquelle on doit donc disposer de ces mêmes informations (ex : les données de profil de l'ensemble des participants peuvent être recueillies au moment dans leur inscription, cf. fiche 1)

1- Pouvez-vous nous indiquer votre catégorie socioprofessionnelle ?

☐ Agriculteurs exploitants	☐ Employés	☐ Professions Intermédiaires
☐ Artisans, commerçants et chefs d'entreprise	☐ Ouvriers	☐ Autres personnes sans activité professionnelle
☐ Cadres et professions intellectuelles supérieures	☐ Retraités	

2- Quel est votre sexe : ☐ Homme ☐ Femme, **vosre âge :** _____ ans

3- Quel est votre code postal de résidence (5 chiffres) : _____, **vosre pays de résidence :** _____

Cinq blocs correspondants aux différents postes de dépenses (hébergement, restauration, repas tirés du sac, boissons, commerces, etc.).

Par exemple, un bloc de dépense peut être décomposé en plusieurs questions :

- taux de consommation (oui/non)
- nombre d'occurrences (combien de fois)
- montant de la dépense (euros)
- pour combien de personnes ? (pour extrapoler une dépense par participant)

1- Avez-vous été au moins une fois au restaurant ou snack? (en dehors des repas proposés par l'organisation)
☐ Oui (allez à la Q.2) ☐ Non (allez à la Q.4)

2- Pouvez-vous nous indiquer combien de fois vous avez mangé :

☐ En restauration assise le midi : _____ fois	☐ En restauration assise le soir : _____ fois
☐ En restauration à emporter le midi : _____ fois	☐ En restauration à emporter le soir : _____ fois

3- Lorsque vous êtes allés au restaurant, en moyenne, combien avez-vous dépensé par personne (tout compris) ?
☐ En restauration à emporter : _____ € ☐ En restaurant assise : _____ €

1- Avez-vous mangé des repas « tirés du sac » lors de votre séjour?
☐ Oui (allez à la Q.2) ☐ Non (allez à la Q.5)

2- Combien de fois avez-vous mangé ce type de repas ? _____ fois

3- Où avez-vous acheté la nourriture ?
☐ Sur « X » et ses environs (moins de « X » km) ☐ Sur le trajet ☐ A votre domicile

4- Pour ces repas « tirés du sac », pouvez-vous indiquer le montant de vos dépenses pour le séjour? _____ € Pour combien de personnes ? _____ personnes

1- Quelle(s) type(s) de sortie avez-vous effectué(e) sur « X » et ses environs (moins de « X » km)?

La journée ☐ Visites payantes (allez à la Q.2) ☐ Aucune (allez à la Q.3)	Le soir ☐ Pub/café (allez à la Q.2) ☐ Cinéma (allez à la Q.2) ☐ Autres, précisez : _____ (allez à la Q.2) ☐ Aucune (allez à la Q.3)
---	--

2- Pour vos sorties, combien avez-vous dépensé _____ € pour _____ personnes

1- Etes-vous ?
☐ Venu ici depuis votre domicile permanent et pour la journée (allez à la Q.6) ☐ En séjour touristique (au moins une nuitée en dehors du domicile permanent) (allez à la Q.2)

2- Quelle a été la durée de votre séjour (en nombre de nuitées) ? _____ nuit(s)

3- Quel a été votre mode d'hébergement ? (une seule réponse possible)

Cochez la case	Nombre d'étoiles ou d'épis
Hôtel	
Chambre d'hôtes	
Gîte d'étape ou rural	
Amis, famille	
Résidence secondaire	
Caravane ou tente en terrain de camping	
Mobil-home ou bungalow en terrain de camping	
Camping-car en terrain de camping	
Camping-car hors terrain de camping	
Location meublée	
Autres, précisez :	

Localisation de l'hébergement : l'organisation doit proposer une liste de communes en fonction du rayon d'impact de l'événement

4- Quelle formule hébergement avez-vous pris ?
☐ Nuit ☐ Nuit + Petit Déjeuner ☐ Demi-pension (nuit+ petit déjeuner+ dîner)

5- Selon votre formule, pouvez-vous, pour l'ensemble de votre famille, nous indiquer le montant de vos dépenses en hébergement pour votre séjour ? _____ €. Pour ces dépenses, quelle est la taille de votre groupe ? _____ personnes

Quel(s) type(s) d'achats (produits locaux, journaux...) avez-vous fait lors de votre venue en dehors des restaurants et diners organisés?

Souvenirs, artisanat, spécialités locales non consommées sur place ☐ Dépenses : _____ € pour combien de personnes ? _____ personnes ☐ Aucune dépense	Presse... ☐ Dépenses : _____ € pour combien de personnes ? _____ personnes ☐ Aucune dépense	Autres dépenses, précisez : ☐ Dépenses : _____ € pour combien de personnes ? _____ personnes ☐ Aucune dépense
---	--	--



ATTENTION !

- 1/ Eviter le mélange des thèmes et des enjeux au sein d'un même questionnaire, avec risque d'alourdissement et de dissuasion.
- 2/ Faire en sorte que les questions permettent de localiser les dépenses principales.
- 3/ Etre capable de saisir et traiter les questionnaires rapidement après l'événement.
- 4/ Produire des données qui soient comparables avec des données de contexte.



Pourquoi ?

- Parce que les plus évidentes des dépenses générées par un évènement sont d'abord celles qui sont liées à son organisation¹.
- Même si l'organisation est collégiale, les structures associées concentrent peu d'interlocuteurs qui peuvent fournir une grande quantité d'information à forte valeur ajoutée. En effet, quel que soit leur statut, elles sont en général dans l'obligation de tenir une comptabilité².
- L'exploitation des documents comptables effectuée au niveau de l'organisation permet d'éviter le sur questionnement au niveau de l'enquête par questionnaire, tout en offrant plus d'exhaustivité et de précision : il devient inutile de questionner les participants sur leurs dépenses d'inscription et le risque d'une mauvaise extrapolation n'a plus lieu d'être. Le même raisonnement s'applique pour l'ensemble des dépenses à destination de l'organisation : stand buvette et repas de l'organisation.

Comment ?

Il s'agit de décomposer les éléments comptables de l'organisateur (ou de chaque structure associée à l'organisation) selon leur affectation et leur localisation. Cette étape est d'autant plus facile si elle a été anticipée avec l'organisateur, idéalement au début de la préparation de l'évènement.

On s'intéresse bien sûr d'abord **aux dépenses affectées à l'organisation de l'évènement**³ en identifiant celles qui bénéficient à des agents économiques situés à l'intérieur du périmètre géographique retenu (cf. « Evaluation économique : les fondamentaux, chapitre 5 »).

¹ - Dans certaines approches de l'impact économique, elles sont d'ailleurs qualifiées de retombées directes, pour les différencier des retombées indirectes liées aux dépenses des différentes catégories de public (participants, accompagnants, spectateurs)

² - Toute association, quelle qu'elle soit, est susceptible d'être contrôlée par l'administration fiscale ou l'Urssaf. A ce titre, elle est tenue de conserver et de produire la justification des mouvements financiers des trois années précédentes et donc de tenir une comptabilité même élémentaire. Si elle perçoit une aide publique, si minime soit-elle, l'organisme qui la lui verse et la chambre régionale des comptes sont susceptibles d'en contrôler l'utilisation, ce qui entraîne ici encore l'obligation d'une comptabilité minimale.

³ - Il est parfois nécessaire de découper certaines dépenses (qui ne sont pas affectées uniquement à l'organisation de l'évènement) et d'en annuler d'autres (ex. achat d'un chapiteau qui servira plusieurs années, création du site internet,...) mais aussi l'ensemble des dépenses de fonctionnement de l'association si elle ne s'occupe que de cet évènement (ou un pourcentage...)



Fiche 4 - Grille de recueil des éléments comptables

DEPENSES			
Montants ou volumes horaires affectés à l'événement (évaluation selon quote-part si affectations mixtes événement/autres affectations)			
Poste	Libellé / bénéficiaire	Valeur	Localisation
		- Numéraire : montant TTC - En nature : descriptif + montant valorisé le cas échéant - Bénévolat : volume horaire + montant valorisé le cas échéant	Commune de destination de la dépense (code postal)
Fonctionnement			
D 1 - Moyens humains permanents			
D 2 - Moyens humains occasionnels	Il peut parfois être nécessaire de contacter certains bénéficiaires pour recueillir des compléments d'information sur le lieu d'affectation de la dépense	Identifier le bénévolat à part (volume horaire). Une valorisation comptable du bénévolat peut être pertinente selon les commanditaires et les finalités de l'évaluation	Les dépenses seront ensuite ventilées entre « dépenses hors territoire » et « dépenses sur territoire » avec possibilité de 2 niveaux de « dépenses sur territoire » (ex : sur commune / sur département) cf. « Evaluation économique : les fondamentaux »
D 3 - Travaux, fournitures et services sécurité promotion publicité édition distributions participants sonorisation et animation droits divers (dont SACEM) assurances services bancaires poste et télécom énergie transport indemnités kilométriques carburant achats et fournitures divers hébergement organisation restauration organisation ...			
Infrastructures			
D 4 - Matériel, installations, aménagements divers		86 « Répartition par nature de charge » (864 : personnel bénévole)	

Correspondance Plan comptable Associations :
comptes de la classe 6
(64 : charges de personnel)

Correspondance Plan comptable Associations :
comptes de la classe 6
(60 : achats)
(61 : services extérieurs)
(62 : autres services extérieurs)

Correspondance Plan comptable Associations :
comptes de la classe 2
(21 : immobilisations corporelles)

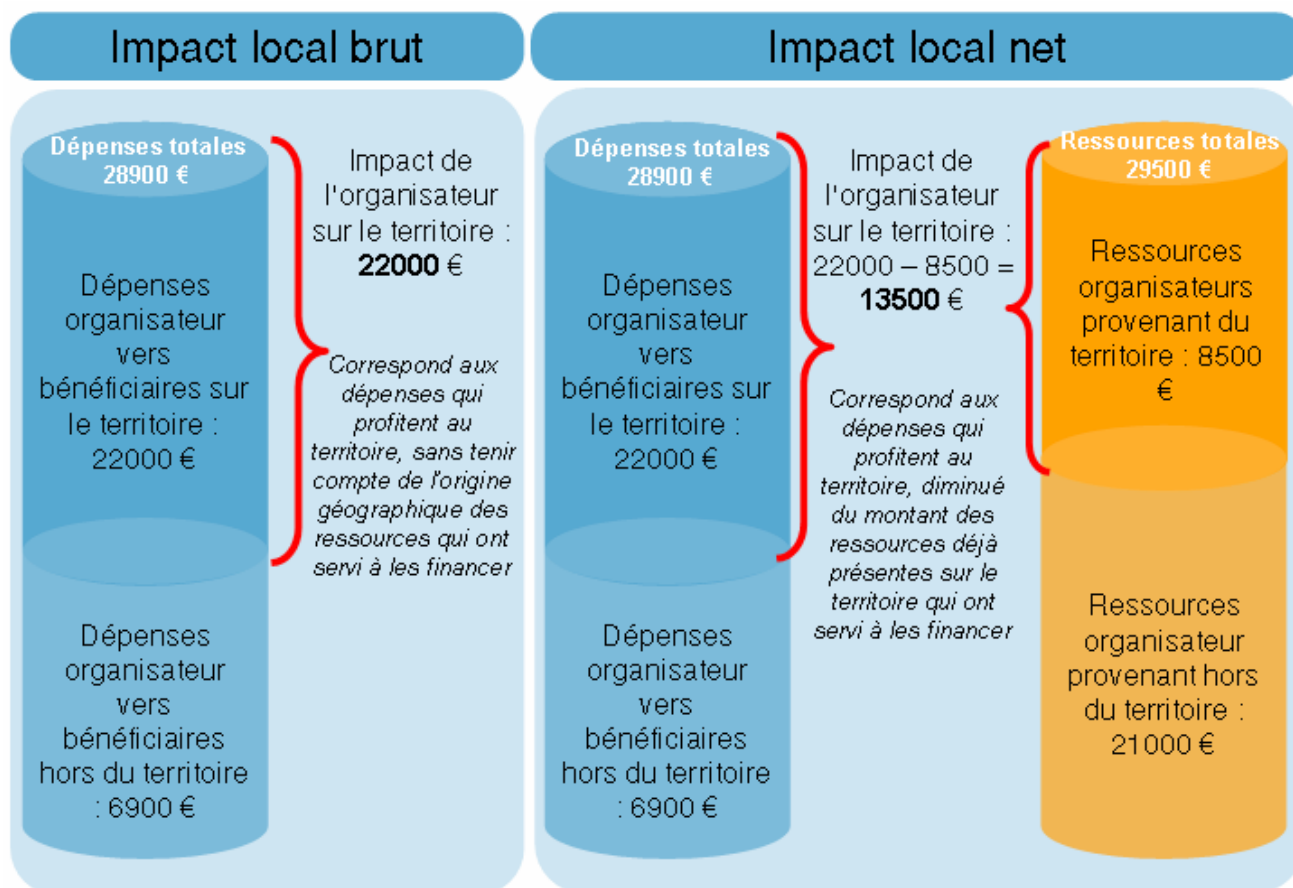
Correspondance Plan comptable Associations :
comptes de la classe 8
« Traitement des contributions volontaires en nature »
86 « Répartition par nature de charge »
(864 : personnel bénévole)

Dans le cadre d'une approche sur l'impact économique au sens strict, **les ressources** doivent également être analysées pour identifier celles qui proviendraient du territoire lui-même. En effet, il faudra alors déduire des dépenses effectuées par l'organisation l'équivalent du montant des ressources déjà présentes dans le territoire qui ont servi à les financer (par ex. : inscriptions de participants habitant le territoire, subventions locales,...).

RESSOURCES			
Montants ou volumes horaires affectés à l'événement (évaluation selon quote-part si affectations mixtes événement/autres affectations)			
Poste	Libellé / contributeur	Valeur	Localisation
		- Numéraire : montant TTC - En nature : descriptif + montant valorisé le cas échéant	Commune d'origine de la ressource (code postal)
R 1 - Dotation interne (part des ressources financières internes affectée à l'organisation de l'événement)			
R 2 - Apports publics en numéraire (subventions)	Correspondance Plan comptable Associations : comptes de la classe 7 (74 : subventions d'exploitation) (7715 : subventions d'équilibre)		Les ressources seront ensuite ventilées entre « ressources hors territoire » et « ressources sur territoire » avec possibilité de 2 niveaux de « ressources sur territoire » (ex : sur commune / sur département) cf. « Evaluation économique : les fondamentaux »
R 3 - Apports publics en nature (mises à disposition,...)	Correspondance Plan comptable Associations : comptes de la classe 8 « Traitement des contributions volontaires en nature » 87 « Répartition par nature de ressources » (871 : prestations en nature) (875 : dons en nature)		
R 4 - Apports privés (mécénat, sponsoring)			
R 5 - Recettes d'exploitation (dont inscriptions et billetterie, à isoler)	Correspondance Plan comptable Associations : comptes de la classe 1 « Comptes de produits »		
R 6 - Autres ressources (préciser)			



Selon l'importance accordée au tri géographique de l'origine des ressources consacrées aux dépenses d'organisation, on prendra généralement en compte l'impact des dépenses de l'organisateur de l'une des 2 façons suivantes :



ATTENTION !

1/ La démarche de recueil n'est possible que si les structures associées à l'organisation adhèrent à la démarche et sont prêtes à consacrer un peu de temps à l'analyse et au commentaire.

Il faut également que la comptabilité soit à jour et suffisamment analytique en cas d'activités multiples et pour la reconstitution géographique des dépenses.

2/ Selon le type de commanditaire¹ et la nature de l'intervenant chargé d'analyser les éléments comptables, on peut être amené à devoir atténuer l'effet « inquisiteur » qui pourrait être ressenti en qualifiant la démarche de « recueil d'éléments économiques » plutôt que « comptables ».

Pour clarifier les choses, cette analyse peut faire l'objet d'une convention entre territoire et organisateur.

¹ - Par ex. un territoire d'accueil qui lance une évaluation comportant l'étude des éléments comptables d'un organisateur qu'il subventionne.

Pourquoi ?

- Parce que l'on connaît encore mal les volumes de spectateurs mobilisés par des événements sportifs de nature.
- Il est très hasardeux d'extrapoler les montants moyens de dépenses recueillis auprès des spectateurs en les multipliant par un nombre total de spectateurs trop éloigné de la réalité.
- Parce qu'il est important de diffuser aux partenaires et aux médias des chiffres concernant le volume de spectateurs qui soient basés au moins ponctuellement sur des comptages plutôt que sur des estimations parfois très sommaires.

Comment ?

En matière de sports de nature, la difficulté majeure provient du fait que les sites en extérieur sont généralement d'accès gratuit, donc sans billetterie comptabilisable, sauf par exemple en tribune ou autre espace restreint accessible uniquement à une partie du public.

On doit donc imaginer et mettre en place une stratégie de comptage dont les caractéristiques seront par définition fortement conditionnées par :

- la configuration de l'événement ;
- les moyens affectés à ce comptage.

Parmi ces deux leviers, le plus accessible reste d'introduire dans la configuration de son événement des adaptations qui faciliteront le comptage des spectateurs.

On peut citer, selon les cas :

- Pour des événements de grande extension spatiale (multi sites, linéaire important,...) le rabattement du public vers des parkings dédiés à l'événement permet de ne concentrer les moyens de comptage que sur quelques points de stationnement. Et à l'inverse de parkings généralistes (la place du village par ex.), on pourra affecter la présence des personnes de ce parking à l'événement lui-même, plutôt qu'à un autre facteur (les courses au supermarché par ex.).
- On peut également éloigner la zone de stationnement pour cette fois-ci limiter le nombre de points d'accès à l'événement et concentrer ses moyens de comptage sur les accès piétons.
- Autre solution : le transport collectif (navette bus, remontée mécanique, bateau...) qui peut être obligatoire ou non, payant ou non. S'il est obligatoire ou gratuit, il permet d'être plus facilement exhaustif dans le comptage¹. Payant ou facultatif, il ne concernera qu'une partie du public, mais la facilité du décompte des personnes transportées permet de reporter ses moyens de comptage sur le reste du public.

Un accès restreint, mais gratuit, peut être institué pour une zone particulière, avec attribution d'un signe distinctif visible (bracelet par exemple) dont on comptera les volumes distribués.

¹ - Si réservations préalables obligatoires, attention à bien compter les personnes transportées plutôt que celles qui ont réservé, car elles peuvent d'autant plus facilement annuler qu'elles ne sont pas pénalisées financièrement...



Pour le décompte de public en milieu ouvert, plusieurs méthodes de comptage peuvent être envisagées, seules ou en combinaison, parmi lesquelles :

- Les comptages automatiques

La mise en place de compteurs routiers le jour de la manifestation permet de décompter le nombre de véhicules circulant sur le site ou à proximité. L'avantage est le faible coût (dans le cadre d'un partenariat avec le Conseil Général/direction des routes par ex.), mais on manque de finesse en comptant des véhicules plutôt que des personnes, et certains véhicules qui circulent pour d'autres motifs que l'événement. On peut atténuer ce dernier inconvénient en mettant aussi en place un ou plusieurs comptages-témoins avant l'événement pour ne prendre finalement en compte que le différentiel de circulation entre un jour « sans » et un jour « avec événement ».

Des comptages automatiques sur accès pédestres peuvent également être envisagés avec des dispositifs qui enregistrent cette fois-ci le passage de personnes, donc plus précis.

Dans les 2 cas, l'implantation des postes de comptage doit être mûrement réfléchie pour faciliter l'interprétation des résultats.

- Les comptages visuels

Plus gourmande en moyens humains, l'enquête-parking permet d'affiner le comptage de véhicules en identifiant leur provenance (plaque minéralogique) et le nombre moyen de personnes transportées (sondage). Le comptage sera plus précis si le parking est dédié à l'événement (cf. page précédente).

Selon la configuration et la météo, une photographie aérienne (réalisée en ULM par ex.) peut être exploitée post-événement pour un décompte sur agrandissement numérique. Inconvénient : on ne peut pas toujours distinguer le spectateur du participant, ni décompter les personnes sous abri (forêt, bâtiments) sauf à compléter au moment de la prise de vue par un comptage visuel au sol dans les zones abritées.

- La méthode « marquage-reprise »

Peu ou pas utilisé en France, le principe consiste schématiquement à « injecter » un marqueur au sein des spectateurs en distribuant sur un accès à un temps T un nombre connu d'accessoires voyants (de type casquette jaune, bracelet ou brassard) que l'on demande aux spectateurs concernés de garder tout au long de l'événement. Après qu'ils se soient mélangés aux autres spectateurs, on mesure la « dilution » de ce marqueur par calcul de la proportion de spectateurs marqués dans un échantillon de X spectateurs que l'on décompte visuellement en un temps T1. La proportion est ensuite appliquée au nombre de marqueurs initialement injectés pour calculer par extrapolation un nombre estimatif total de spectateurs. Il est également possible de mesurer la dilution avec une rapide interrogation des spectateurs « avez-vous un bracelet ? ».

ATTENTION !

1/ Dans le cadre d'une évaluation d'impact économique et compte tenu des moyens à déployer pour le comptage des spectateurs, il faut au préalable bien mesurer au cas par cas l'enjeu d'un tel comptage : si les montants moyens de dépenses des spectateurs sont très modestes, voire nuls, où que les spectateurs sont exclusivement des résidents locaux, il est inutile de sur dimensionner son dispositif de comptage.

L'idéal est d'enquêter en année N auprès des spectateurs pour identifier ces montants afin de savoir si cela vaut la peine de mettre en place un comptage en année N+1, et si oui avec quel objectif d'exhaustivité.

2/ Sur des événements où plusieurs épreuves se succèdent, certains participants pourraient être assimilés à tort à des spectateurs puisqu'ils peuvent être en situation de regarder le déroulement d'une épreuve qui ne les concerne pas en tant que participant. Il faut donc bien veiller à pouvoir faire un tri simple sur site entre participants et spectateurs, par exemple en attribuant tous les dossards (ou signe distinctif « participant ») dès la première épreuve, avec obligation de le garder sur soi jusqu'à la dernière. Il est plus délicat de faire un tri visuel entre spectateurs et accompagnants, car seule une question-filtre en début de questionnaire permettra de trancher.



Pourquoi ?

- Anticiper le déroulement de l'évènement optimise la pertinence et l'efficacité des moyens mobilisés et donc le taux de réponse.
- Définir et appréhender en amont les moyens humains, matériels et financiers disponibles, permet de cibler le niveau d'action possible, notamment pour l'organisateur de la manifestation.

Comment ?

Quelques principes :

- Tester en année N-1 une enquête légère (une sorte « d'enquête pilote ») pour appréhender les réactions des enquêtés, la gestion des flux, la prise en compte de l'éloignement ou de la concentration des sites ou encore l'impact des conditions météorologiques.
- Se représenter la manifestation au plus près de ses conditions réelles de déroulement et définir le mode d'administration des enquêtes le plus adapté (retour sur les éditions précédentes, études des évolutions envisageables du mode opératoire pour inscrire l'évaluation dans cette organisation).
- Si le choix se porte sur une enquête en face à face ou auto-administrée « accompagnée », il est important de bien définir le nombre d'enquêteurs nécessaire et les plages de présence, en fonction de la configuration des lieux et des caractéristiques de la manifestation.
- Définir les heures et les lieux les plus propices pour interroger les personnes et obtenir le meilleur ratio temps enquêteur/nombre de questionnaires administrables.

	Mois	Phase	Tâches à effectuer
Année N-1	M - 2	Phase 1	Réunion d'échange sur le déroulement de l'évènement entre les chargés de l'étude et l'organisation
	M - 1		Rédaction d'un questionnaire « light » pour tester la motivation des sondés + choix du nombre d'enquêteurs
	M		Enquête
	M + 1		Saisie des résultats
	M + 2		Traitement statistique
	M + 3		Rédaction d'une synthèse des résultats et préconisations pour l'année suivante
Année N	M - 5	Phase 1	Réunion d'échange sur le déroulement de l'évènement entre les chargés de l'étude et l'organisation
	M - 4		Définition d'une méthodologie d'enquête en fonction des préconisations de l'année N-1 (gestion des flux, éloignement des sites...) et des moyens
	M - 3		Rédaction d'un questionnaire en fonction de la méthodologie, Adaptation du bulletin d'inscription (Cf fiche 1).
	M - 2		Définition du nombre d'enquêteurs et du matériel nécessaires
	M - 1		Recrutement et formation des enquêteurs
	M		Enquête
	M + 1		Saisie des résultats + recueil d'informations complémentaires (notamment sur les dépenses de l'organisation)
	M + 2		Traitement statistique
	M + 3		Rédaction d'une synthèse des résultats et préconisations pour l'année suivante





Moyens internes ou externes ?

L'organisation a plusieurs options pour réaliser l'évaluation des retombées économiques de son évènement :

	1 L'organisateur évalue lui-même son évènement « de A à Z »	2 L'évaluation est confiée à un cabinet indépendant de « A à Z »	3 L'organisation est accompagnée par un cabinet indépendant
Les +	- bonne connaissance du déroulement de la manifestation - meilleure incitation des sondés à répondre aux questions - disponibilité directe des données	- meilleur préjugé de crédibilité si l'évaluation est réalisée par une structure externe - le cabinet est plus expérimenté sur les évaluations, il est par conséquent plus performant	Cumul des avantages des options 1 et 2
Les -	- l'évaluation demande une disponibilité dont l'organisation ne dispose pas toujours - l'évaluation peut être considérée comme moins crédible quand elle est réalisée par l'organisateur - le traitement et l'analyse des données demandent des compétences spécifiques (même réduites...)	- nécessité d'établir un cahier des charges - le cabinet ne connaît pas forcément le déroulement de la manifestation - la diffusion des données entre organisation et cabinet parfois difficile - coût externe	- coût externe



ATTENTION !

- 1/ Ne pas privilégier les solutions les moins coûteuses au risque de perdre trop d'informations, faire cependant correspondre les techniques d'enquêtes aux moyens de l'organisateur, quitte à diminuer le volume d'informations collectées
- 2/ Bien décrire la mission demandée aux enquêteurs dès leur recrutement en établissant une fiche de mission (cf. ex. fiche ci-dessous : DRDJS Picardie / C. Lesage)
- 3/ Prévoir en amont le matériel nécessaire : planches d'écriture, stylos... afin de faciliter le travail des enquêteur qui doivent être concentrés sur leur efficacité et non sur la gestion des aléas
- 4/ Prévoir un nombre d'enquêtes suffisant par rapport à la population mère pour obtenir des chiffres significatifs (cf. fiche 8)

Fiche de Mission : TRANSBAIE

Intitulé du projet :

Elaboration d'une méthodologie permettant d'évaluer l'impact économique d'une manifestation sportive de nature.

Date : 24 juin 2007

Horaires : de 11h à 19h (avec une pause de 30 minutes à 1h)

La mission :

2 missions possibles :

1. Comptage des entrées de parking. 3 parkings sont mis à la disposition pour les participants et spectateurs par l'organisateur. Le comptage des véhicules permet de connaître le nombre et quelques informations qualitatives sur les personnes qui se rendent sur le site de l'événement. Cette mission se déroulera du matin au midi.
2. Administration d'un questionnaire auprès des participants, accompagnants, spectateurs. Vous aurez à interroger un maximum de personne à l'aide d'un questionnaire que vous remplirez vous-même en fonction des réponses de la personne en face de vous.

Certains des enquêteurs n'auront que la mission 1, d'autres feront successivement la mission 1 et 2. Le matin de l'événement, environ 30 minutes seront consacrées à la formation aux outils c'est à dire questionnaire et grille comptage véhicules.

Lieu de rendez-vous : Parking du Supermarché « Champion » de Saint Valéry sur Somme à 11h

Contact pour les aspects logistiques / questions :

Christophe LESAGE / Dans la semaine à la DRDJS Amiens : 03.22.33.89.46 / La veille ou le jour de l'événement : sur mon portable au 06.31.12.29.60

Rémunération :

75€ Net pour la journée de travail. La rémunération sera effectuée par le Comité Départemental Olympique et Sportif de la Somme via le dispositif du chèque emploi associatif. Vous aurez un document à remplir et un chèque vous sera envoyé ensuite. Le délai de paiement peut prendre un mois.

Repérage : le jour de l'événement des badges vous seront fournis permettant de vous identifier facilement

Matériels : prévoyez de quoi vous couvrir en cas d'intempéries. Je fournirais des pochettes avec les questionnaires. Pensez à prendre un sac à dos ou bandoulière et un stylo. Prenez également de quoi vous restaurez si vous n'avez pas la possibilité de manger rapidement sur Saint Valéry.

Les lieux pour les enquêtes et le parking : je vous fournirais les plans avec les lieux d'enquête le matin même

Remarques :

Merci d'avoir une tenue correcte, vous représenterez les services Jeunesse et Sports le jour de l'événement.



Pourquoi ?

- Une des finalités de la plupart des évaluations consiste à disposer d'informations permettant de motiver ou d'ajuster des partenariats entre organisateurs et territoires d'accueil. Il faut donc rendre ces informations lisibles et accessibles afin qu'elles soient exploitables dans le cadre de prises de décision par les différents acteurs concernés.
- L'évaluation ne s'arrête pas à la production de chiffres : leur diffusion fait partie intégrante de la démarche, prioritairement vers les commanditaires de l'évaluation, puis vers des publics directement concernés comme les acteurs économiques locaux ou la population, et enfin vers tous ceux qui sont potentiellement intéressés par les informations recueillies¹. (il peut même être envisagé de faire un retour vers l'ensemble des personnes ayant répondu).

Comment ?

Sans s'imposer un standard de présentation, on doit néanmoins se fixer l'objectif de produire un document qui contiendra a minima les éléments suivants:

- **Une présentation de l'événement** qui permettra au lecteur qui n'en connaît pas le détail de se faire une idée de sa nature et de sa configuration : localisation, période, activité-support, ancienneté, ampleur, organisateur (type d'organisateur, volume de l'organisation...), nombre et type de participants, partenaires principaux, organisation spatiale, épreuves, conditions de participation, conditions d'accès du public,...

- **Une notice méthodologique** : hormis pour une exploitation qui ne concernerait que le maître d'œuvre technique de l'évaluation, il est absolument nécessaire de donner aux destinataires des résultats un certain nombre de repères sur le cadre général de recueil et de production des chiffres.

On y décrira notamment les moyens mobilisés, les sources d'information utilisées, le dispositif d'enquête déployé, son planning, les difficultés rencontrées, les volumes de personnes enquêtées, le nombre de questionnaires recueillis et de questionnaires qui ont pu être effectivement exploités, la marge d'erreur statistique (cf. fiche 8).

C'est également dans cette notice que l'on se doit de donner au lecteur un indice sur la fiabilité des résultats qui lui sont communiqués. Il s'agit notamment de préciser à quel point on peut considérer que l'échantillon de personnes enquêtées est significatif (sa taille) et représentatif (sa composition) de l'ensemble de la population qu'on aurait du interroger (cf. fiche 8).

- **Le questionnaire (ou les questionnaires)** employé pourra éventuellement compléter en annexe la notice méthodologique en précisant les questionnements soumis aux enquêtés.

- **Des données de base** sur les publics mobilisés par l'événement : nombre et profil² des participants, nombre estimé et profils des accompagnants et de spectateurs, ratio nombre d'accompagnants/participant, degré de touristicité des déplacements³, taux de recours à l'hébergement marchand,...

- les chiffres des retombées économiques proprement dites,
- par poste de dépense et par catégorie de public, puis globalement,
- données concernant l'organisateur (cf. fiche 5),
- synthèse globale sur l'impact économique de l'événement.

¹ - Sous réserve que les données ne soient pas considérées comme confidentielles par le commanditaire de l'évaluation.

² - Sexe, âge, provenance, catégorie PCS (cf. fiche 3).

³ - Pourcentage de visiteurs ayant réalisé un séjour touristique (au moins une nuit hors du domicile habituel) à l'occasion de leur venue sur l'événement.



En fonction du degré de fiabilité des informations agglomérées pour la synthèse globale, on peut procéder par fourchettes, en donnant une estimation basse et haute de l'impact. Cette fourchette sera plus facilement interprétée par le lecteur qu'il aura eu dans la notice méthodologique toutes les informations nécessaires pour juger s'il doit retenir l'estimation basse ou haute.

On donnera à chaque fois que cela sera possible des données de cadrage permettant de relativiser les chiffres recueillis par rapport au contexte local¹.

Il est également intéressant de calculer et mettre en avant des chiffres de base comme le nombre de nuitées touristiques générées par exemple : c'est un indice non financier qui constitue la référence principale d'activité pour l'économie touristique en général et « parle » donc très facilement au lecteur.

- **Une note de synthèse** sous forme de tableau ou de récapitulatif succinct en fin de document permet au lecteur de prendre facilement connaissance des chiffres-clés extraits du corps du rapport d'étude.

Cette note de synthèse peut constituer la base d'une large diffusion des résultats. Dans ce cas, on veillera cependant à lui adjoindre systématiquement la notice méthodologique afin que les chiffres ne soient pas dissociés de l'information sur leurs conditions de recueil et leur indice de fiabilité.

Prévoir des variantes projetables sous forme de diaporama numérique pour des réunions publiques éventuelles, voire des dossiers de presse selon la politique de diffusion des résultats.

ATTENTION !

1/ Toujours indiquer dans les documents diffusés à qui appartiennent les résultats ainsi que leur régime de diffusion (sans restriction ou soumise à autorisation).

2/ Le planning de restitution doit être calé dès le début de la démarche d'évaluation afin que les moyens correspondants (temps passé, édition-reprographie, déplacements,...) soient effectivement programmés et mobilisés en temps utile.

3/ Si l'objectif initial était entre autres de préparer des décisions concernant l'évolution de l'événement, bien veiller à ce que la diffusion suive rapidement la production des résultats afin qu'elle remplisse au mieux son rôle d'aide à la décision.

En synthèse...	
Impact des participants	Impact de l'organisateur
• Près de 13 938 inscrits et 768 participants à la journée • 82% des inscrits sont en séjour touristique, d'une durée moyenne de 7,7 nuits • 70% des participants en séjour ont eu recours à un hébergement marchand • Plus d'1 M € de retombées chez les hébergeurs du territoire d'accueil • Plus d'1,3 M € de retombées chez les restaurateurs du territoire d'accueil • Plus de 1,2 M € de retombées auprès des commerces du territoire d'accueil • Une moyenne de retombées indirectes par participant de près de 290 € auprès du tissu économique départemental, hors dépenses auprès des organisateurs	• Pour 1 € mobilisé au sein du tissu économique départemental, près de 10 € sont mobilisés à l'extérieur du département • Pour 100 € dépensés par l'organisateur, 55 € sont dépensés auprès du tissu économique départemental → Bilan : en mobilisant seulement 1 € au sein de l'économie départementale, la Semaine Fédérale fait rentrer 5,5 € dans l'économie départementale
	Impact net départemental
	• La semaine fédérale est un événementiel qui a permis une injection nette de 4 944 058 € au sein du tissu économique départemental, soit près de 336 € en moyenne par participant (tout participant confondu)

TRACES TPI Mai 2009

21

¹ - Par exemple la dépense moyenne/visiteur sur l'événement par rapport au chiffre de dépense moyenne/visiteur au niveau du département s'il existe, idem pour le taux de recours à l'hébergement marchand ou les PCS des publics de l'événement,...



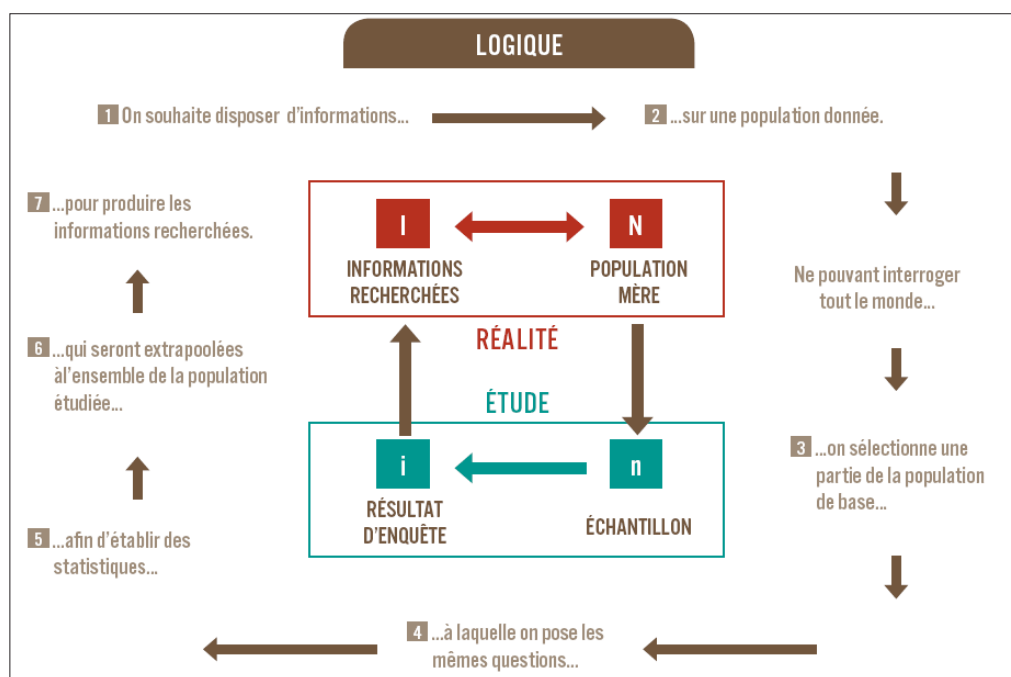
Pourquoi ?

Parce qu'une évaluation suppose une enquête auprès d'une ou plusieurs catégories de public, il est nécessaire de garantir un minimum de la fiabilité statistique des résultats : on pourra rarement interroger tous les spectateurs, et même si tous les participants peuvent parfois être interrogés, tous ne répondront pas forcément.

On est donc dans le cadre d'une d'enquêtes par sondages, qui impose une certaine vigilance en matière d'échantillon de personnes interrogées.

Comment ?

Lors d'une étude, on souhaite obtenir un certain nombre d'informations (I) auprès d'une population donnée (N). Il est rarement possible d'interroger tous les individus de cette population pour des raisons financières, matérielles ou tout simplement parce que certains d'entre eux peuvent refuser de répondre. L'enquête par sondage part alors du postulat selon lequel des observations (i) faites auprès d'une petite partie de la population étudiée (n) peuvent être extrapolées à l'ensemble de cette population, en d'autres termes, que les informations observées auprès d'un échantillon d'individus valent également pour ceux qui n'ont pas été interrogés¹.



Guide méthodologique du diagnostic de l'emploi - PRNSN

Deux questions doivent être résolues pour autoriser cette « extrapolation » à partir de l'échantillon :

1/ Combien de personnes interroger?

De cette question dépendra la précision de l'évaluation. L'indicateur permettant d'apprécier le degré de précision de l'enquête est la « marge d'erreur statistique ». Elle indique le flou entourant le résultat lorsque l'on extrapole ce dernier de l'échantillon à la population totale étudiée : plus le nombre de personnes interrogées sera important, et plus la probabilité que les résultats de l'enquête soient proches de la réalité sera forte.

L'un des principaux problèmes qui peut être rencontré lors de la réalisation d'une enquête est de disposer d'un échantillon de taille insuffisante, notamment lorsque les informations recherchées sont essentiellement d'ordre numérique.

¹ - Ainsi, si une enquête auprès d'un échantillon de participants indique qu'un participant sur deux de cet échantillon a passé une nuit sur place avant l'évènement, on en conclut que 50 % de l'ensemble des participants du territoire ont généré une nuitée touristique.



C'est le cas pour les évaluations d'impact économique (montant de dépenses, nombre de nuitées,...), c'est pourquoi il est important que le responsable technique de l'évaluation calcule un nombre de personnes à interroger suffisant afin que la précision statistique soit au rendez-vous.

Lorsque des traitements spécifiques ou portant sur des sous-populations sont envisagés (par exemple dépenses des participants en fonction de leur catégorie sociale), les individus appartenant à chacune des catégories sociales devront être suffisamment représentés pour que les résultats les concernant puissent être significatifs. Ainsi, plus la population étudiée est diversifiée et plus les traitements envisagés sont approfondis, plus la taille de l'échantillon devra être augmentée. Dans tous les cas, les analyses multivariées devront faire l'objet d'un test de significativité pour valider les résultats.

2/ Quelle doit être la structure de l'échantillon?

Si la question de la taille de l'échantillon est importante, celle de sa représentativité l'est tout autant, si ce n'est plus dans bien des cas.

Prenons l'exemple d'une enquête réalisée auprès d'une population mère de 200 participants : 60 cadres supérieurs, 85 employés et 55 ouvriers. Si l'on interroge 100 participants dont 70 cadres, 25 employés et seulement 5 ouvriers, les résultats de l'enquête risquent d'être très différents de la réalité du fait d'une forte sur représentation des cadres supérieurs et de la sous-représentation des ouvriers.

Il s'agit alors de bien sélectionner les individus à interroger.

Une des méthodes consiste à ne procéder, a priori, à aucune sélection et à administrer le questionnaire à l'ensemble de la population étudiée¹.

Une action sur la structure de l'échantillon reste possible dans ce cas de figure par une relance particulière de certaines catégories d'individus en cours d'enquête².

Mais le contrôle de la représentativité des questionnaires reçus en retour se fera principalement a posteriori. Il est en effet possible d'optimiser la représentativité de l'échantillon grâce à des techniques d'ajustement qui consistent à corriger les éventuels écarts pouvant exister entre la structure de l'échantillon et celle de la population mère.

Ces « corrections » d'échantillon peuvent être réalisées de plusieurs manières :

- **Par un retrait des questionnaires** provenant d'individus appartenant à des catégories sur représentées, ce qui a des incidences sur la taille de l'échantillon. Les questionnaires retirés sont alors tirés au sort parmi ceux de la catégorie d'individus considérés.

- **Par un redressement statistique**, à savoir, une correction du poids relatif des différentes catégories d'individus appartenant à la population-mère.

Par exemple, si une catégorie d'individus est deux fois plus représentée dans l'échantillon qu'elle ne l'est dans la population mère, le poids des réponses formulées par cette catégorie sera divisé par deux (coefficient 0.5). A l'inverse, les catégories sous-représentées verront leur poids corrigé à la hausse. Cette méthode de redressement peut difficilement être mise en place sans l'aide d'un logiciel spécifique.

ATTENTION !

1/ La technique du redressement statistique, apparemment très pratique, ne doit pas être utilisée pour corriger des écarts trop importants ou sur un trop grand nombre de variables simultanément (par ex. correction portant à la fois sur le sexe, l'âge, la catégorie sociale, la provenance géographique, etc.).

2/ Si le recueil de données de profil n'a pas été effectué sur l'ensemble de la population-mère au préalable, il est très difficile de juger de la représentativité de l'échantillon.

Dans le cas des participants, on peut très facilement recueillir ces informations au stade de l'inscription (cf. fiche 1).

¹ - Notamment dans le cas d'une enquête sur les participants, dont on dispose des adresses postales ou mail, ce qui permet un grand nombre de contacts simultanés.

² - Par exemple par relance de participantes de sexe féminin, sous-représentées dans les réponses reçues par rapport à leur proportion dans la population-mère des participants au vu des bulletins d'inscription.

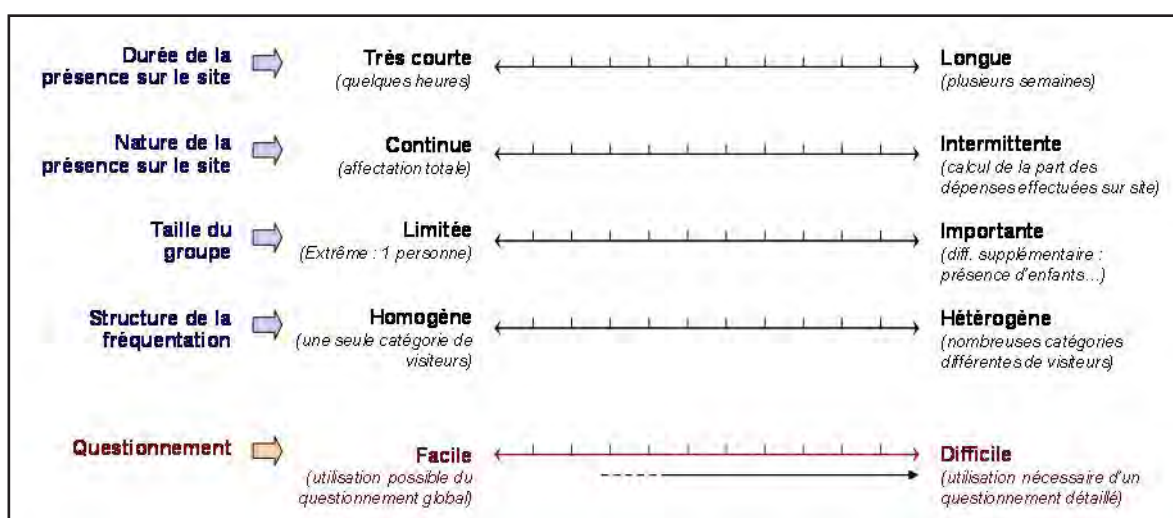


Pourquoi ?

L'un des postulats de base sur lesquels repose la technique du sondage peut apparaître comme une lapalissade : les personnes interrogées doivent être capables de répondre aux questions qui leur sont posées. Or, dans bon nombre de cas cette condition est loin d'être vérifiée. Notamment dans les enquêtes économiques au cours desquelles les personnes interrogées doivent calculer, en quelques secondes, les dépenses qu'elles ont effectuées durant leur visite, ou leur séjour.

Si pour un participant à un événement, reconstituer ses dépenses est simple dans le cadre d'une visite à la journée, ce n'est pas forcément vrai dans le cas d'un séjour prolongé, et à fortiori s'il appartient à un groupe important ou qu'il a effectué son séjour sur plusieurs sites, il est encore plus difficile de répondre à un questionnement sur des dépenses n'ayant pas encore été toutes engagées ce qui est souvent le cas lors de l'administration de questionnaires pendant la manifestation.

La pratique des enquêtes d'impact a permis d'isoler **plusieurs critères** conditionnant le degré de difficulté de réponse pour une personne devant indiquer le **niveau de ses dépenses** :



Cette difficulté à indiquer les montants dépensés est lourde de conséquences pour la suite de l'étude : nombre important de sans-réponses, baisse de la fiabilité des montants indiqués, forte variabilité des réponses entre les individus.

Il sera nécessaire de tenir compte de ce phénomène notamment lors de la conception du questionnaire. Deux logiques peuvent alors être retenues : **le questionnement global ou le questionnement détaillé.**

Comment ?

Le questionnaire global sera privilégié dans les situations les plus simples : visite à la journée, sur un même site, groupe de taille limitée, etc. Sa conception est assez facile. Par poste de consommation, (restauration, achats dans les commerces...) les dépenses réalisées font l'objet d'une seule question globale (d'où le qualificatif de « questionnaire global »).

Ainsi, par exemple, l'évaluation des dépenses des visiteurs dans les restaurants reposera sur la question suivante : « *Durant votre visite, combien avez-vous dépensé dans les restaurants de la région ?* ».

Il en sera de même pour les commerces, l'hébergement, les transports, etc. Au final, la partie économique de l'enquête prendra la forme d'un jeu de cinq à huit questions. Dans les cas les plus extrêmes, il est même envisageable de ne poser qu'une seule question : « *Combien avez-vous dépensé, approximativement, durant votre visite ?* ».



Lorsqu'il devient difficile, pour les raisons évoquées précédemment, de citer en quelques secondes une dépense globale, **le principe du questionnement détaillé** doit être privilégié. Il consiste à poser, préalablement aux questions sur les dépenses, des questions permettant aux individus de reconstituer leurs comportements de consommation.

En guise d'exemple, la question globale précédente « *Combien avez-vous dépensé au restaurant durant votre séjour ?* » qui nécessite un recours au calcul mental sera décomposée en plusieurs questions complémentaires qui elles, ne le nécessitent pas :

- « *Durant votre séjour combien de fois êtes-vous allé au restaurant ?* » €

Question de comportement à laquelle il est facile de répondre¹.

- « *Par repas, combien dépensiez-vous en moyenne ?* » €

Question sur les dépenses ne nécessitant pas de calcul mental, mais uniquement un effort de mémoire assez limité²...

Pour rester sur l'exemple de la restauration, les études montrent que les dépenses au restaurant sont souvent plus élevées le soir (repas plus festif) qu'à midi (repas plutôt fonctionnel), ce qui peut entraîner une difficulté de réponse pour la personne interrogée. Dans l'idéal, il conviendrait donc de poser les questions précédentes pour le midi, puis pour le soir.

L'objectif du questionnement détaillé est donc de limiter les hésitations, le recours au calcul mental ou les efforts de mémoire par une prise en compte des scénarios de consommation reconstitués par des questions sur les comportements.

Il est également envisageable à terme, par le fruit de l'expérience cumulée en matière d'enquête d'impact sur un événement, de n'interroger que sur les comportements et d'appliquer ensuite des ratios moyens de dépenses issus des enquêtes précédentes.

ATTENTION !

Incontournable dans un certain nombre de cas de figures, **le questionnement détaillé** offre donc de nombreux avantages. Il permet de disposer d'une information plus fiable et plus complète. Il permet également de dépasser les seules analyses en termes financiers en fournissant des données intéressantes et concrètes sur les volumes de consommation (nombre de repas au restaurant, de consommations au café, de nuitées par mode d'hébergement, etc.).

Le revers de la médaille reste par contre une plus grande difficulté de mise en œuvre, et ce au moins à deux niveaux.

Nécessitant un nombre plus important de questions, le questionnaire qui sert de support à l'enquête est plus long et plus difficile à administrer pour les enquêteurs. Il est possible de contourner ce problème en optant pour une technique d'enquête sans enquêteur : distribution des questionnaires aux participants ou spectateurs qui le retournent une fois rempli par courrier, enquête par voie postale ou sur internet, (cf. fiche 2).

Les enquêtes détaillées sont ensuite plus difficiles à exploiter. L'évaluation des retombées par poste de consommation ne repose plus sur une seule information (la dépense totale durant la visite) mais sur plusieurs données qu'il convient de combiner pour reconstituer la dépense globale par visite et par personne. Si les outils informatiques permettant de réaliser ces analyses sont répandus (tableur), le fait de disposer en interne de compétences dans ce domaine n'est souvent pas évident, d'où la nécessité de recourir parfois à une assistance extérieure.

¹ - Pour les longs séjours il est possible de demander aux individus de donner un nombre ou une fréquence par semaine.

² - Pour faciliter encore la réponse, il est possible de permettre à la personne interrogée de donner un prix par personne ou pour l'ensemble du groupe (dans ce dernier cas, il conviendra de savoir combien de personnes sont concernées par le prix).



Pourquoi ?

- La valeur ajoutée de l'évaluation est apportée par la capacité que l'on aura à « faire parler » les chiffres bruts en les analysant de manière pertinente.
- Pour être exploitables, les données recueillies nécessitent une succession de traitements statistiques assortis d'interprétations qui vont donner du sens aux informations produites

Comment ?

Pour passer des chiffres bruts à une analyse éclairée de l'impact économique d'un événement sportif de nature, on doit passer successivement par 3 étapes :

1 - Traiter les données des questionnaires

Il s'agit de transformer les données issues des questionnaires en valeurs et indicateurs susceptibles d'être analysés et comparés.

« Nettoyage » des données :

Les observations récoltées par l'enquête doivent être vérifiées afin d'être cohérentes avec un profil de dépense. On peut ainsi repérer puis corriger des valeurs aberrantes ou des erreurs de saisie¹, et parfois être amené à éliminer des questionnaires contenant trop de questions restées sans réponse.

La base de données est considérée comme « propre » quand elle ne contient plus aucun individu dont le profil de dépense n'est pas identifié

Redressement de l'échantillon (cf. fiche 8) :

Le redressement peut être effectué sur 3 principales variables structurantes qui sont : le sexe, la catégorie socioprofessionnelle et l'origine géographique². Les comportements dégagés de l'échantillon pourront ainsi être extrapolés à l'ensemble de la population considérée.

Identification des types de publics :

Cette étape permet de dégager les types de publics par l'intermédiaire des variables socio-économiques. Pour ce faire, on effectue des tris à plat³ sur des variables principales, par exemple :

- type de public (participants (adultes/enfants) /accompagnants/spectateurs) ;
- homme/Femme ;
- catégorie socioprofessionnelle ;
- revenu mensuel du ménage ;
- origine géographique des participants/accompagnants ;
- profil du groupe ;
- hébergement marchands/non marchands.

On pourra ensuite découper l'échantillon selon des variables pertinentes : participants/accompagnants, personnes en séjour/à la journée

¹ - Par exemple, on peut s'interroger sur une réponse donnant une dépense individuelle de 70 € par nuit en camping si cela ne correspond à aucun tarif local et tranche avec la moyenne des autres questionnaires concernant le même type de dépense

² - Pour les participants, les données nécessaires sont récoltées par l'intermédiaire du bulletin d'inscription sur l'ensemble des inscrits (cf. fiche 1)

³ - Résultats en valeurs absolues ou en pourcentages pour chacune des questions



Quantification des dépenses :

Un traitement pour chaque poste de dépense est effectué qui permet de définir :

- un taux de consommation sur la manifestation¹ ;
- une dépense par individu ;
- la dépense journalière moyenne ;
- la dépense par séjour ;
- la dépense totale sur la manifestation.

Si les effectifs sont suffisants pour que les chiffres par sous-population soient fiables, des tris croisés² permettent de détailler ces montants par type de public.

Une agrégation de tous les postes de dépenses pour un individu permet une appréciation par extrapolation des retombées économiques globales générées par les différents types de publics.

On peut également calculer des ratios simplifiés qui faciliteront les évaluations ultérieures ou permettront des comparaisons.

2 - Compléter les informations extraites des questionnaires

Cette étape concerne principalement l'exploitation des données comptables recueillies auprès de l'organisateur (cf fiche 4).

Les dépenses d'organisation viendront en effet en complément de celles effectuées par les publics interrogés par questionnaire.

3 - Interpréter les chiffres obtenus

On peut tout d'abord enrichir les enseignements tirés des chiffres obtenus en les comparant avec des données de contexte et points de repère locaux (par ex. dépenses touristiques moyennes du département, taux d'occupation des établissements hôteliers) ou nationaux (par ex. composition de la population française par catégories socioprofessionnelles par rapport à celles présentes sur l'événement).

Il faut ensuite chercher à bien caractériser les comportements de consommation des publics étudiés : *Quelle taille de groupe participants + accompagnants, quelle provenance principale, quels postes de dépense sont privilégiés ou ignorés, etc. ?*

Une meilleure connaissance des facteurs expliquant les comportements de dépense observés peut éventuellement permettre d'agir : *Comment optimiser les retombées, comment faire en sorte qu'elles profitent mieux au territoire d'accueil, etc. ?*

ATTENTION !

Les ratios de type « *Pour 1 euro de financement public, quel impact économique local généré ?* » ne sont que des indicateurs imparfaits de la productivité des fonds publics consacrés à un événement sportif de nature. Ils laissent également entendre qu'il existe un lien direct et mécanique entre le montant de financement public et l'impact local, ce qui est un raccourci très discutable.

Leur utilisation ne doit en aucun cas se faire de manière simpliste, car le critère de la retombée économique n'est pas le seul à prendre en compte pour les décisions en matière de soutien public aux événements sportifs de nature (cf. chapitre 2 : Évaluer pourquoi?).

¹ - Nombre relatif de personnes ayant consommé de l'hébergement, de la restauration,...

² - Croisement des résultats obtenus sur deux questions : par exemple en croisant « avez-vous passé au moins une nuit sur place ? » et « où est situé votre domicile habituel ? » on peut repérer la distance ou le temps de route au-delà duquel la participation à l'événement suppose de consommer une nuit sur place.



Événements supports ayant contribué à l'élaboration de la méthodologie

- **Études coordonnées par la DRDJS de Picardie (avec l'appui de Versant Sud)**

Rallye de la baie des phoques (2006) ; Rallye des comtes et légendes (2007) ; Les km de la baie des phoques (2007) ; Transbaie (2007) ; Vétiflette (2007)

- **Études coordonnées par la DRJS de Franche Comté (avec l'appui de Traces TPI)**

Transjurassienne (2009) ; Extrême sur Loue (2008)

- **Études coordonnées par la DRJS du Limousin (avec l'appui de Traces TPI)**

Trail des gendarmes et des voleurs (2008) ; Randolimosine (2008) (2009) ; Oxygène Cup (2008)

- **Études coordonnées par la DRJS du Languedoc-Roussillon (avec l'appui de Traces TPI)**

DéfiWind (2009) ; Trèfle Lozérien (2008)

- **Étude coordonnée par la FFVL (avec l'appui de Traces TPI)**

Coupe icare (2008)

- **Étude coordonnée par la FFCT (avec l'appui de Traces TPI)**

Semaine fédérale cyclotourisme (2008)

- **Étude coordonnée par la FFC (avec l'appui de Traces TPI)**

Trophée du jeune vététiste (2008)

- **Étude coordonnée par la FFCK (avec l'appui de Traces TPI et EMC)**

Coupe du monde de Canoé-Kayak (2009)

L'équipe de rédaction

Groupe technique « Impact économique des manifestations sportives de nature » animé par le PRNSN

J-M. ALLAMAN	Ministère de la Santé et des Sports - DRJS Limoges jean-marc.allaman@jeunesse-sports.gouv.fr
P. AMOUROUX	Ministère de la Santé et des Sports - DRJS Montpellier paul.amouroux@jeunesse-sports.gouv.fr
G. KARSENTY	Ministère de la Santé et des Sports - DRJS Besançon gerard.karsenty@jeunesse-sports.gouv.fr
C. LESAGE	Ministère de la Santé et des Sports - DRJS Amiens christophe.lesage@jeunesse-sports.gouv.fr
P. CHANTEAU	Fédération française de cyclisme ffc.chanteau@wanadoo.fr
Y. DURAND	Fédération française de cyclotourisme y.durand@ffct.org
F. ESCRIBA	Fédération française de vol libre f.escriba@ffvl.fr
D. CHAREYRON	Ministère de la Santé et des Sports, Adm. Centrale - DSB1 daniel.chareyron@jeunesse-sports.gouv.fr

Rédaction

C. REVÉRET	Cabinet Versant Sud versant-sud@wanadoo.fr
-------------------	---

Avec l'appui de :

J. FARAMA	Cabinet Traces TPI jfarama@tracestpi.com
E. MAURENCE	Éric Maurence Consultants (EMC) eric.maurence@cegetel.net

Animation, coordination

T. BEDOS	Pôle ressources national des sports de nature thierry.bedos@jeunesse-sports.gouv.fr
E. FÉLIX-FAURE	Pôle ressources national des sports de nature emmanuel.felix-faure@jeunesse-sports.gouv.fr



**« Évaluation des retombées économiques d'une manifestation sportive des nature :
outils pour la mise en oeuvre »**

Une édition du Pôle ressources national des sports de nature - 2010

d'après Versant sud (C. REVÉRET)
avec la collaboration de Trace TPI (Julien FARAMA) et EMC (Éric MAURENCE)

Crédit photos
JM. ALLAMAN - Team Sport 2000 Lafuma Vibram

ISBN : 978-2-9530267-5-5



Pôle ressources national des sports de nature
CREPS PACA - site de Vallon Pont d'Arc
BP 38 - 07 150 Vallon Pont d'Arc
Tél. 04 75 88 15 24 - Fax. 04 75 37 17 69
www.sportsdenature.gouv.fr
prn.sportsnature@jeunesse-sports.gouv.fr