



L'impact d'un événement sportif sur une région

Exemple de l'Euro 2000 pour le Pays de Liège

Dr Marc CLOES

Institut supérieur d'Education physique et de Kinésithérapie

Université de Liège



1



Introduction: De l'Euro 2000 à l'Eurofête au Pays de Liège

- ◆ En 1993-1994, il a été question que les fédérations belge et néerlandaise de football organisent l'Euro 2000
- ◆ Mobilisation des forces vives de la région liégeoise pour que des matchs de l'Euro 2000 puissent y être organisés
- ◆ Première phase (1994): aménagement du stade du Standard de Liège
- ◆ Deuxième phase (1997): mise en place d'un comité opérationnel et de 5 groupes de travail (culture, sport, tourisme, socio-économique, ressources)
- ◆ Troisième phase (1999-2001): lancement du programme «Eurofête au Pays de Liège»

2



Qu'est-ce que l'«Eurofête au Pays de Liège»?

- ◆ Programme d'activités diverses (14 mois) dont le budget approche de \$ 4.000.000 (sponsors publics et privés)
- ◆ Assure la coordination et le soutien financier ou logistique:
 - ↓ de 140 manifestations déjà existantes ou créées pour l'occasion (y compris l'Euro 2000)
 - ↓ d'actions plus étalées dans le temps (sensibilisation à l'Euro, Charte du Bon accueil, Guide du visiteur)
- ◆ Objectif: valoriser la région en amplifiant l'effet «Euro 2000» (durée et impact local)

3



Pourquoi organiser une manifestation sportive?

- ◆ Impact économique pour l'organisateur
 - ↓ Aspects directs (recettes obtenues: entrées, sponsors, aides,...)
 - ↓ Aspects indirects (long terme: adhésions futures)
- ◆ Impact économique pour la région d'accueil
 - ↓ Aspects directs (dépenses touristiques, industrielles, de services)
 - ↓ Aspects indirects (long terme, productivité des résidents)
- ◆ Impact sur l'image
 - ↓ Communication externe: réputation de l'organisateur (pays, région, ville, fédération,...)
 - ↓ Communication interne: fierté des personnes concernées (habitants, membres de l'organisation)

4



Pourquoi et comment identifier l'impact d'un événement sportif?

- ◆ Objectif: justifier les investissements importants consentis par les pouvoirs publics
 - ↑ Infrastructures sportives et extra-sportives, sécurité, transports, accueil, communication,...
- ◆ Prendre en compte tous les éléments
 - ↑ Estimation > calcul objectif
 - ↑ Etudes projectives Vs analyse du réel
 - ↑ Importance de l'événement; caractéristiques de la région concernée
- ◆ Erreurs courantes
 - ↑ Dépenses des spectateurs locaux, délimitation de la région, éviction de visiteurs habituels, coefficient multiplicateur, subsides publics,...

5



Comment identifier l'impact d'un événement sportif?

- ◆ Enquête auprès des spectateurs/visiteurs (non résidents)
 - ↑ Caractéristiques (connaître ses clients)
 - ↑ Structure et montant des dépenses (impact économique)
 - ↑ Avis sur la région et intention de retour (impact «image»)
- ◆ Enquête auprès des opérateurs économiques
 - ↑ Accueil, hébergement, restauration
 - ↓ Secteur du tourisme, du transport, de la vente au détail
 - ↓ Secteur de l'industrie
- ◆ Enquête auprès des organisateurs
 - ↑ Dépenses & recettes
- ◆ Enquête auprès des pouvoirs publics
 - ↑ Dépenses & recettes; relations publiques; communication

6



Qu'avons-nous analysé au niveau de l'Euro 2000?

- ◆ **Spectateurs (interview de 4 à 6 personnes par heure)**
 - Caractéristiques du répondant (sexe, âge, lieu de résidence, profession)
 - Parcours Euro 2000 (durée du séjour, nombre de rencontres, budget total)
 - Séjour en région liégeoise (transport, informations, hébergement, activités, dépenses)
 - Avis sur la région liégeoise (opinion globale, caractéristiques)
 - Avis sur l'événement (opinion globale, points forts et faibles)
- ⇒ **Autres informations**
 - Hébergement, dépenses des organisateurs, dépenses et recettes des pouvoirs publics

7



L'enquête auprès des spectateurs

- ◆ **Equipes de 17 à 32 interviewers (français et anglais)**
- ◆ **2 heures avant et 1 heure après chaque match**
- ◆ **Nombre total d'interviews utiles = 1066**
 - ✚ Lundi 12/06/00, Allemagne/Roumanie (Pentecôte): 284
 - ✚ Dimanche 18/06/00, Norvège/Yougoslavie: 286
 - ✚ Mercredi 21/06/00, Danemark/Tchéquie: 496

	All-Rou	Nor-You	Dan-Tch
Belges	32	38,1	43,3
<i>Liégeois</i>	<i>17,6</i>	<i>17,8</i>	<i>23,2</i>
Hollandais	6	5,2	4
Pays concernés	46,9	34,3	37,3
Autres pays	15,1	22,4	15,4
<i>Fra-Lux-Sui</i>	<i>5,3</i>	<i>7</i>	<i>4</i>
<i>UK-Irlande</i>	<i>6</i>	<i>5,2</i>	<i>2,6</i>

8

Nombre moyen de matchs

Origine des spectateurs	Nombre de personnes interviewées	Nombre moyen de matchs
Pays lointains	17	3,64
UK et Irlande	45	3,55
Suède et Finlande	16	2,87
Roumanie	24	2,37
France, Lux. et Suisse	55	2,18
Yougoslavie	13	2,15
Norvège	88	2,09
Pays-Bas	52	2
Belgique	415	1,99
Allemagne	131	1,79
Rép. tchèque	33	1,73
Danemark	154	1,55

Séjour dans une ville en B et/ou NL

ALL/ROM: 75/176 (42,6%)
NOR/YOU: 130/162 (80,2%)
DAN/TCH: 158/248 (63,7%)

Durée du séjour (B et/ou NL)

Pays de résidence	N nuits
Tous sauf les B et les H	5,3 (548)
Allemagne	0,9 (124)
UK/Irlande	7,8 (43)
Suède/Finlande	6,3 (16)
Roumanie	13,5 (23)
France/Luxemb./Suisse	5,4 (47)
Pays lointains	4,3 (3)
Danemark	12,9 (16)
République Tchèque	4,7 (143)
Norvège	4,2 (31)
Yougoslavie	7,6 (84)
	9,2 (12)

9



Durée du séjour en région liégeoise

- ◆ **Beaucoup de spectateurs ne savent pas répondre: « Ça dépend...! »**
 - ⇒ 61,5% (ALL/ROM), 37,1% (NOR/YUG), 33,1% (DAN/TCH)
 - ⇒ Crainte des problèmes (1er match) et résultat (tous)
- ◆ **Durée du séjour selon le match des spectateurs non-liégeois (%)**

	ALL/ROM	NOR/YUG	DAN/TCH
Quelques heures	58,9	37,8	47,8
1/2 journée	31,1	39,2	27,1
Une journée et +	10	23	25,1

10



Durée du séjour en région liégeoise

- ◆ **Comportement différent selon le lieu de résidence**
 - ↓ Yougoslaves et Roumains n'ont fait que passer (3 ont passé 1 nuit)
 - ↓ 90% Allemands et Iles britanniques restent moins de 12 heures
 - ↓ 38% Danois, Norvégiens et Français restent plus de 12 heures
- ◆ **Comportement de ceux qui logent en région liégeoise**
 - ↓ 84,7 % à Liège même (proximité, communication, facilité)
 - ↓ 53,6 % restent au moins 2 nuits (partage de la vie locale)

Hôtel et chambre d'hôte	44,6
Camping	20,4
Chez des amis	11,8
Au sein de la famille	6,4
Mobil home et camping sauvage	10,7
Autres ou indéterminé	5,9

11

Participation à des activités à part le foot ?

- ◆ **Globalement, peu de réponses positives**
 - ⇒ ALL/ROM: 34/284 (12%)
 - ⇒ NOR/YUG: 93/286 (32,5%)
 - ⇒ DAN/TCH: 90/496 (18,2%)
- ◆ **Caractéristiques des activités pratiquées**
 - ⇒ Improvisées (sauf NOR, DAN)
 - ⇒ Tourisme (NOR, DAN)
 - ⇒ Peu de culturel

Quelles informations recherchées ?

- ◆ **Fréquence peu élevée**
- ◆ **Quels renseignements ?**

- ✚ ALL/ROM: 24,8%
- ✚ NOR/YOU: 17,4%
- ✚ DAN/TCH: 19,2%

- ◆ **Moyenne: 20,2%**
- ◆ **Internet (45,4%)**

Organisation du match	23,7%
Horeca	22,8%
Activités	17,7%
Géographie histoire	17,2%
Un peu de tout	11,6%

12



Quelle opinion à propos de la région liégeoise ?

- ◆ Globalement: 9/10 émettent une opinion positive
- ◆ Attitude plus critique
 - ↳ Endroit (quartier industriel Vs site naturel)
 - ↳ Déjà venus
 - ↳ ALL/ROU
 - ↳ Lieu de résidence (ALL, SUE, FIN, TCH)
- ◆ Aspects positifs
 - ↳ Accueil, convivialité, ambiance, cadre
- ◆ Aspects négatifs
 - ↳ Cadre, architecture

13

Quel budget pour l'Euro 2000?

Rencontre	Budget moyen consacré à l'EURO 2000 (\$)	Part du budget dépensé en région liégeoise (en %)
All-Rou	432	22,1
Nor-You	655	14,6
Dan-Tch	390	28,7
Nationalité	Budget moyen consacré à l'EURO 2000 (\$)	Part du budget dépensé en région liégeoise (en %)
Allemagne	246	41
Danemark	516	32,7
France, Lux. Suisse	439	22,9
Norvège	907	16,5
Pays-Bas	351	26,4
Roumanie	916	16,9
Tchéquie	283	50,1
UK et Irlande	1289	12,3

14



Quelle est la structure des dépenses en région liégeoise?

- ◆ Pas les frais de déplacement (imprécision dans la signification)
- ◆ Trois catégories (en \$)

Nationalité	Accès au stade, dép. dans le stade	Logement	Nourriture, tourisme, dép. hors du stade
Allemagne	61	6	33
Danemark	63	18	88
France, Lux. Suisse	47	6	48
Norvège	73	24	53
Pays-Bas	63	7	22
Roumanie	60	23	72
Tchéquie	71	9	62
UK et Irlande	66	20	80

Moyenne: 35,6

15



Quelles sont les retombées pour la région liégeoise?

- ◆ Présence des spectateurs
 - ↳ (\$ 35,6 X 25.000) X 3 = \$ 2.670.000
- ◆ Surestimation
 - ↳ Identification des revenus aux dépenses (dépense de \$50 ≠ revenus de \$50 pour la région car importation)
 - ↳ Dépenses des liégeois (faibles)
- ◆ Sous-estimation
 - ↳ Pas le logement (nombre de nuitées > 5000 pour 17% des établissements d'hébergement)
 - ↳ Pas revenus liégeois à d'autres endroits
 - ↳ Pas d'effet multiplicateur

16

Quelles sont les retombées pour la région liégeoise?

- ◆ Autres recettes
 - ↳ Personnel engagé par l'organisation (137 mois de travail: ± \$ 250.000)
 - ↳ \$ 200.000 pour le personnel d'encadrement lors des matchs
 - ↳ \$ 250.000 pour des travaux et achats divers de l'organisateur
 - ↳ \$ 237.500 pour la taxe sur les spectacles
 - ↳ L'accroissement de l'impôt sur le revenu (emplois et chiffre d'affaires)
 - ↳ TVA sur les tickets, services, dépenses des supporters
 - ↳ Droits d'accises
 - ↳ Précompte professionnel retenu sur les primes des joueurs
- ◆ Autres retombées
 - ↳ Eurofête (stimulation de la vie socio-économique = dynamisme régional)
 - ↳ Aménagement du stade disponible pour d'autres manifestations
 - ↳ Actions de communication et de relations publiques et «know-how»

17



Conclusions

- ◆ Evaluation des retombées économiques est complexe
- ◆ Trois catégories de spectateurs
 - ↳ Supporters qui suivent une équipe
 - ↳ Amateurs qui sillonnent le territoire
 - ↳ Occasionnels
 - ↳ Besoin de stratégies de communication spécifiques (Internet) et d'opportunités d'accueil adaptées
- ◆ Séjour bref
 - ↳ Besoin de multiplier les opérations promotionnelles (sites d'information)
 - ↳ Accueil des spectateurs avant l'événement (découverte de la région)
 - ↳ Stratégies visant à retenir les spectateurs (en accord avec la sécurité)
- ◆ Feedback pour les organisateurs

18