

Urbanisme

Premières tendances sur l'impact économique de la coupe du monde de rugby 2007

Marseille au-dessus de la mêlée



➔ Premières tendances sur l'impact économique de la coupe du monde de rugby 2007

Marseille au-dessus de la mêlée*

Préambule	5
Les clés du succès : le carré d'as de Marseille	7
Un nombre de supporters très supérieur aux autres villes	7
Une excellente desserte et une accessibilité améliorée depuis 1998	8
Une ville plaisante, conviviale et noctambule	9
Une attitude responsable et respectueuse de la part des professionnels ..	9
Premières tendances : Un satisfecit (quasi) général	11
D'excellents résultats pour l'hôtellerie	11
Restauration : les brasseries et les cafés « explosent » leur chiffre d'affaires	12
Commerces : des résultats en attente	13
Emploi : des effets ponctuels mais porteurs d'espoirs à terme	13
A Marseille, les retombées économiques les plus importantes	13
Mise en perspective : Marseille cultive son art de l'accueil et confirme sa capacité à organiser de grands évènements	15
Remerciements	17

ONT COLLABORÉ
À CETTE ÉTUDE

J. Picon
L. Patain

* Cette note s'est largement nourrie des informations communiquées lors d'une table ronde organisée sur ce thème le 12 octobre 2007 (voir détails en fin de document).

Préambule

Huit villes de province ont accueilli la coupe du monde de rugby 2007. Toutes ont fondé de grands espoirs en matière de retombées économiques et de gain en termes d'image. A l'heure où ces villes font les premiers bilans, Marseille sort de la mêlée en bonne position et, réalise au plan local, un grand « Schlem ». Professionnels et habitants, sont unanimes : cet événement a été un grand succès pour la cité phocéenne.

Selon le secrétaire d'État chargé des Sports, 90% des places dans les stades ont été vendues et les retransmissions télévisées des principaux matches ont atteint des taux d'audience records. En France, l'audience record aura été atteinte lors du quart de finale opposant l'Angleterre à la France (18,3 millions de spectateurs). Au total, cette coupe du monde aura été suivie par près de 4 milliards de téléspectateurs cumulés. (contre 3,4 milliards en 2003 et seulement 300 millions lors de la première édition en 1987). Le succès économique a été assuré notamment par l'arrivée en France de plus de 350 000 spectateurs étrangers qui devraient engendrer 150 millions d'€ de recettes supplémentaires pour le secteur du tourisme. Enfin, aucun incident en termes sanitaire ou de sécurité n'aurait été constaté durant les six semaines de compétition.

Après la coupe du monde de football en 1998, Marseille était une nouvelle fois la terre d'accueil d'un des principaux événements sportifs au niveau mondial. Troisième événement sportif après la coupe du monde de football et les jeux olympiques d'été, la coupe du monde de rugby bénéficie d'une notoriété encore modeste par rapport aux deux autres événements. Si sa couverture médiatique et télévisuelle est dix fois inférieure aux deux autres événements, le rugby présente l'avantage d'offrir une image très positive basée sur un référentiel de valeurs sportives, culturelles et comportementales. Cette sixième édition de la coupe du monde de rugby a démontré qu'à Marseille, la rencontre réussie entre les visiteurs, les professionnels du tourisme et les habitants a conforté le capital « sympathie » de la ville et lui donne une dimension internationale qui ne demande qu'à se renforcer...

Les clés du succès :

le carré d'as de Marseille

A l'heure où les villes organisatrices font le point sur les premières évaluations des retombées économiques, le bilan apparaît mitigé parmi les villes hôtes. Ainsi, des villes comme Montpellier et Saint -Etienne ne cachent pas leur déception. D'autres comme Lens et Toulouse sont partagées entre impressions de satisfaction et de frustrations. Force est de constater qu'à Marseille, organisateurs et professionnels se frottent les mains : les premières tendances font état d'un bilan positif, voire très positif. Certes, il faudra attendre début 2008 pour disposer des études qui permettront de tirer un bilan définitif et de chiffrer les retombées économiques sur Marseille et dans les autres villes (voir détails en fin de document). Toutefois, les éléments disponibles à ce jour montrent que Marseille a disposé de quatre bonus qui la démarquent des autres villes et qui, de fait, la placent au-dessus de la mêlée.

UN NOMBRE DE SUPPORTERS TRÈS SUPÉRIEUR AUX AUTRES VILLES

Avec six matches organisés – dont deux quarts de finale – contre trois en moyenne dans les autres villes de province, Marseille s'est placée d'emblée en pôle position dans la compétition. Un avantage conforté par la capacité de son stade (60 000 spectateurs) nettement supérieure à celles des autres stades qui offrent des capacités comprises entre 30 et 45 000 spectateurs.

Ainsi, avec 28% de part de marché en nombre de spectateurs (hors Paris), Marseille s'est taillé la part du lion ceci d'autant plus que le taux de remplissage du stade Vélodrome sur l'ensemble de la compétition est proche de 100 % ! (345 000 spectateurs pour un maximum de 360 000). Généralement pour ce type de compétition, on estime que la venue de quatre supporters génère l'accompagnement d'une personne non spectateurs. Aussi, on comprend aisément la relation entre le nombre de spectateurs accueillis et le nombre de visiteurs. Le fait que Marseille dispose d'un stade deux fois plus grand et ai accueilli deux fois plus de matches que les autres villes de province, lui donne un avantage théorique d'un potentiel de retombées quatre fois supérieures aux autres villes.

Marseille, ville préférée des anglais

Marseille a été élue « meilleure ville d'accueil » pendant la coupe du monde de rugby. Tel est le résultat d'un sondage effectué par la chaîne anglaise « BBC Sport » auprès de ses internautes. En rappel, l'équipe nationale anglaise a joué son quart de finale à Marseille contre l'Australie. Elle s'est produite dans les matches de poule à Nantes et Lens. Enfin, elle a joué ses deux derniers matches au stade de France.

UNE EXCELLENTE DESERTE ET UNE ACCESSIBILITÉ AMÉLIORÉE DEPUIS 1998

La mise en service de la LGV méditerranée en juin 2001, du terminal low cost « MP2 » en septembre 2006 et le fort développement des croisières au cours de ces dernières années, ont dopé la fréquentation de Marseille et ont probablement contribué à faire de la ville le haut lieu de la coupe du monde de rugby. Les premières estimations indiquent que le nombre de visiteurs pourrait être proche de 400 000, soit un niveau à peine inférieur à celui observé lors de la coupe du monde de football de football en 1998 (410 000 visiteurs).



TGV Méditerranée : Marseille à 3 heures de Paris ■

La liaison à grande vitesse entre Marseille, Lyon (à 1 heure) et Paris (à 3 heures) a probablement permis à nombre de supporters basés en Ile-de-France et dans la région lyonnaise de venir à Marseille faire du tourisme les jours sans match. Avec 17 destinations desservies en Europe, dont cinq villes en Grande-Bretagne, la liaison low cost a également favorisé la venue des visiteurs étrangers. Ainsi, la liaison low cost avec Londres a non seulement servi d'accélérateur de fréquentation pour les Anglais mais aussi pour l'importante communauté australienne résidente à Londres et dans ses environs. Au total, et tous types de vols confondus, l'aéroport de Marseille-Provence a enregistré 55 vols supplémentaires le week-end des quarts de finale les 6 et 7 octobre. Entre 4 500 et 5 000 supporters anglais ont débarqué à Marseille à cette occasion.. Enfin, les bateaux de croisière, la venue exceptionnelle de yachts et les manifestations organisées par la SNCM (voir encadré) ont insufflé dans la ville de nouveaux touristes venus de la mer...

Zoom sur les « touristes flottants » de Marseille

Le week-end des quarts de finale, les 6 et 7 octobre, sept paquebots étaient en rade de Marseille. A leur bord, près de 12 000 croisiéristes représentant une demi-douzaine de nationalités. Sachant qu'environ les trois quarts des croisiéristes descendent à terre pour visiter la ville et ses environs, ce sont 9 000 touristes « venus de la mer » qui ont séjourné dans la ville. Un apport de clientèle d'autant plus appréciable car les croisiéristes dépensent en moyenne 100 € par jour. A l'occasion des quarts de finale, la SNCM (Société Nationale Maritime Corse Méditerranée) a organisé une manifestation à quai dans l'un de ses ferries.

Un millier de supporters originaires de l'hémisphère austral (sud-africains, néo-zélandais et australiens) ont passé deux nuits à bord. Hors dépense sur terre, ces touristes ont laissé 200 000 € dans les caisses de la SNCM. Une belle opération financière certes mais surtout une excellente occasion de promouvoir le savoir-faire de la SNCM en matière d'évènementiel. Déjà, EDF a réservé une prestation du même type qui montre que l'évènementiel d'entreprises constitue une niche d'activité originale et porteuse en matière touristique.

Enfin, pendant la coupe du monde, 36 yachts ont été accueillis dans le Vieux Port dont la moitié à l'occasion des quarts de finale. Les retombées économiques sont estimées à près d'un million d'€ dont 110 000 € de recettes fiscales. Outre l'impact financier, la présence de ces yachts de luxe a donné au Vieux Port un petit air de « french Riviera » très apprécié des touristes étrangers mais aussi des marseillais. L'impact financier à venir est également appréciable dans la mesure où cela a été une opportunité de promouvoir le territoire auprès d'une clientèle unique.

Au total, on peut estimer que les « touristes flottants » ont dépensé près de 3 millions d'€ pendant la durée de la coupe du monde.



Vue sur le Vieux Port ■

UNE VILLE PLAISANTE, CONVIVIALE ET NOCTAMBULE

A Marseille, « il y a le ciel, le soleil et la mer ». Grâce à une météo particulièrement bienveillante, la ville a offert aux touristes un cadre de séjour très attrayant, un plus incontestable par rapport aux autres villes. Un ciel bleu en permanence, une lumière exceptionnelle et une mer où les plus téméraires se sont baignés : tels étaient les paramètres d'un été indien qui ne sont pas passés inaperçus aux yeux des visiteurs étrangers. La douceur de l'air a été aussi un atout de taille pour l'animation nocturne et notamment pour les cafetiers dont les terrasses ne désemplissaient pas. Sur ce, la « marseillaise touch » a fait le reste. Marseille s'est mise en fête et les animations mises en place par la Ville et ses partenaires ont été appréciées des supporters. Le point d'orgue a été atteint le samedi 6 octobre, jour où 30 000 personnes se sont rassemblées sur le Vieux Port. En bref, les touristes ont été séduits par la ville et par ses habitants. Ainsi, le groupe Accor a d'ores et déjà enregistré des réservations pour l'année prochaine. Si en 2007, néo-zélandais et australiens sont venus pour le rugby, ils viendront à l'avenir pour découvrir ou redécouvrir les charmes de Marseille.

UNE ATTITUDE RESPONSABLE ET RESPECTUEUSE DE LA PART DES PROFESSIONNELS

De l'avis général, l'accueil des touristes s'est professionnalisé. Marseille a tiré les enseignements de la coupe du monde de football de 1998. Elle affiche désormais un savoir-faire dans l'accueil des grands événements sportifs. De plus, les professionnels du tourisme n'ont pas recherché à profiter de l'événement pour augmenter les prix. Le groupe Accor (Sofitel, Novotel, Etap Hotel, formule 1) qui possède des établissements à Aix-en-Provence, à l'aéroport et à Marseille (2140 chambres au total dont 1700 à Marseille) n'a pas modifié ses prix. Même tonalité à la SNCM où la nuit sur le ferry était facturée 100 € par personne avec spectacle et petit déjeuner compris. Une attitude respectueuse des visiteurs, largement répandue et plus ou moins concertée qui, au final, a eu un impact positif sur la consommation. En effet, les supporters de rugby, déjà réputés dépensiers, ont dépensé sans retenue et ont laissé un excellent souvenir chez les commerçants...

Premières tendances :

Un satisfecit (quasi) général

Les premiers échos recueillis font état d'un satisfecit général tant de la part des professionnels que de la part des organisateurs. C'est principalement le secteur « HCR » (Hôtels, Cafés et Restaurants) qui tire son épingle du jeu. En effet, la structure des dépenses observée lors de la coupe du monde de football en 1998 montre que le secteur HCR représente la moitié des dépenses.

D'EXCELLENTS RÉSULTATS POUR L'HÔTELLERIE

La coupe du monde a rempli les hôtels des villes hôtes de la coupe du monde de rugby. Selon le tableau de bord réalisé par MKG Hospitality (*), la tenue de cet événement pourrait rapporter un chiffre d'affaires supplémentaire estimé entre 100 et 150 millions d'€.

Ainsi, l'hôtellerie des villes hôtes enregistre une croissance de son revenu par chambre disponible de 37,5% en moyenne les soirs de matches. Grâce aux nombreux supporters venus pour certains de l'autre bout du monde et aux médias, la fréquentation des établissements est en forte croissance par rapport à l'année précédente (+11,3 points). Selon MKG, Paris et Marseille sont les grandes gagnantes de la coupe du monde. Les deux villes qui ont accueilli le plus de matches, ont plus que toutes autres profité de la compétition, surtout à partir des phases de matches à élimination directe. Marseille qui accueillait deux quarts de finale a été à la fête tout au long du week-end du 6 et 7 octobre. Pour ce week-end, la centrale Mondiresa avait fixé un minimum de deux nuitées pour chaque réservation. Le tableau ci-dessous indique la performance hôtelière les soirs de matches à Marseille.

Titre Tableau ■ Source : Base de données MKG Hospitality - fournisseur officiel des chaînes hôtelières - Octobre 2007 - Prix en € TTC

Date	Match	Taux d'occupation	Evolution du taux d'occupation (*)	Prix moyens	Evolution des prix moyens (*)
Sam 08/09	N-Zélande - Italie	95,9 %	+ 7,6	105,7 €	+ 42,7 %
Mer 12/09	Italie - Roumanie	99,9 %	+ 1,8	102,5 €	+ 22,1 %
Sam 22/09	Argentine - Namibie	86,7 %	+ 12,5	82,6 €	+ 30,7 %
Dim 30/09	France - Géorgie	70,6 %	+ 10,3	89,9 €	+ 33,8 %
Sam 06/10	Australie - Angleterre	101,5 %	+ 38,2	98,6 €	+ 60,6 %
Dim 07/10	Afrique du Sud - Fidji	91,5 %	+ 47,0	101,2 €	+ 44,4 %

(*) Les évolutions sont calculées par rapport au jour même de la semaine équivalente en 2006 ; exemple samedi 8 septembre 2007 au vendredi samedi 9 septembre 2006.

Selon les professionnels, septembre et octobre sont considérés à Marseille comme des bons mois pour le tourisme local. Les hôtels de Marseille et de ses environs ont néanmoins connu des taux de remplissage en progression (+5% par rapport à 2006) et ont fait le plein lors des quarts de finale. Ainsi, sur les jours de match, le groupe Accor a enregistré une augmentation de son chiffre d'affaires de 28% à Marseille, de 35% à Aix-en-Provence et de 40% sur la zone aéroportuaire.

Par type d'hôtels, ce sont d'abord les 3 étoiles qui ont connu la plus forte augmentation (+50%) devant les 4 étoiles (+38%) et enfin les 2 étoiles (+13%). La clientèle originaire de l'hémisphère austral, traditionnellement peu présente à Marseille, a investi les hôtels marseillais et les professionnels comptent bien avoir fidéliser ces nouveaux touristes pour les années à venir. Ainsi, le groupe Accor enregistre 20 à 30% de réservations supplémentaires dans ses hôtels situés dans la zone aéroportuaire. Par ailleurs, les touristes italiens, d'habitude peu enclin à séjourner à Marseille, ont été présents au rendez-vous dès cet été, et, pour une fois, sont allés au delà de la Côte d'Azur...

Evidemment, le week-end des quarts de finale a été exceptionnel et ce sont tous les hôtels de Marseille et de sa région qui affichaient complet. Même constat pour les chambres d'hôtes et les campings.

La demande a été tellement forte que les propriétaires de chambre d'hôtes ont servi de relais à des particuliers intéressés par l'accueil de supporters. Certains habitants ont accueilli jusqu'à une dizaine de touristes par nuit à un tarif de 50 € la nuit ; un apport financier supplémentaire dans l'économie locale et une action remarquable comme ambassadeurs de Marseille...

1. Créé en 1985 par Georges Panayotis, MKG Hospitality est le leader européen du conseil dans le secteur de l'hôtellerie, du tourisme et de la restauration et dispose de la première base de Données hôtelières au Monde hors USA, avec une bonne représentativité sur tous les segments hôteliers.

RESTAURATION : LES BRASSERIES ET LES CAFÉS « EXPLOSENT » LEUR CHIFFRE D'AFFAIRES

Les supporters, pour la plupart des anglo-saxons, ont privilégié les formules de restauration rapide de type brasserie ou fast-food. Selon un professionnel, ils ont « plus bu que manger ». Aussi, ce sont les cafetiers qui sont les principaux bénéficiaires du raz-de-marée de supporters anglais et de l'hémisphère sud qui ont déferlé sur l'hypercentre et aux abords du stade Vélodrome. Les cafetiers, pourtant prévoyants (certains avaient quadruplé leur réserve de bière), ont été en rupture de stock la nuit du samedi 6 octobre. Et ce dès 1 heure du matin...

Les brasseries situées sur le Vieux Port, sur les plages (Escale Borely) et aux abords du stade ont également enregistré une fréquentation hors normes les jours des matches en général et lors des quarts de finale en particulier. La restauration haut de gamme a aussi tiré partie de l'événement grâce aux soirées « VIP » organisées aux quatre coins de la ville. Ainsi, des restaurants haut de gamme comme « Une table au sud » ou le « Miramar » ont très bien marché pendant la coupe du monde et avaient déjà fait l'objet de réservations dès le mois de mars.



Un café du centre ville marseillais ■

En revanche, la Fédération des Industries Hôtelières des Bouches-du-Rhône signale que nombre de restaurants, mal situés par rapport aux points d'animation ou proposant une gastronomie peu appréciée des Anglo-saxons, n'ont pas bénéficié de l'impact de la coupe du monde est « nul voire négatif » pour leur établissement.

COMMERCE : DES RÉSULTATS EN ATTENTE

On estime qu'environ un tiers des dépenses réalisées par les visiteurs sont effectuées dans les commerces hors secteur HCR. Le tiers de ces dépenses concerne les commerces de « souvenir ». Au jour d'aujourd'hui, peu d'informations sont disponibles dans ce domaine et il faudra attendre quelques semaines pour en savoir plus.



Un commerce du Centre Bourse ■

Cependant, des retombées économiques positives sont signalées pour la filière « Art et terroirs » notamment pour les établissements situés à Marseille et dans sa périphérie. A titre indicatif, l'étude menée à l'occasion de la coupe du monde de 1998 révélait que l'impact sur les 2 000 commerces situés dans les périmètres les plus concernés par l'événement (Vieux Port, plages, abords du stade) était concentré sur un nombre limité de points de vente. Ainsi, pour 70% des commerces situés dans les zones fortement impactées par la coupe du monde, la part du chiffre liée à la coupe du monde était nulle ou insignifiante. Seul un commerce sur dix, soit tout de même environ 200 commerces, mentionnait une part du chiffre d'affaires lié à la coupe du monde supérieur à 10% du chiffre d'affaires annuel.

EMPLOI : DES EFFETS PONCTUELS MAIS PORTEURS D'ESPOIRS À TERME

L'Agence Nationale pour l'Emploi (ANPE) a créé en mai 2007 une cellule spécifique à Marseille pour répondre

aux besoins générés par la coupe du monde. En rapprochant, à cette occasion, les entreprises des demandeurs d'emploi, la cellule « Action Emploi rugby 2007 » de l'ANPE escomptait surtout assurer la promotion des "sans emplois" auprès des entreprises. En effet, la plupart des offres d'emplois, à durée déterminée, était strictement liée à l'événement. Le dispositif s'est concentré sur quatre secteurs d'activité : l'hôtellerie restauration, la sécurité, les transports et l'événementiel. C'est dans le secteur de la sécurité que les embauches ont été les plus nombreuses (400). Au total, près d'un millier d'embauches ont été réalisées et ont concerné l'ensemble des quartiers. S'il est convenu qu'un nombre marginal de contrats soient prolongés, l'objectif est ailleurs et consiste à favoriser la réinsertion des demandeurs d'emploi dans le milieu professionnel.

En parallèle, des agences d'interim spéciales, comme Charlestown, ont également lancé des campagnes de recrutement. Ainsi, 80 chauffeurs ont été recrutés pour un constructeur automobile qui a organisé une opération de publicité à Marseille. Au total, la vingtaine de soirées institutionnelles organisées à Marseille pendant la coupe du monde aura permis d'apporter des revenus complémentaires aux demandeurs d'emplois et aux étudiants. Et accessoirement, d'apporter une expérience supplémentaire à leur curriculum vitae.

A MARSEILLE, LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES LES PLUS IMPORTANTES

Hors Paris et Ile-de-France, Marseille devrait bénéficier des retombées économiques les plus importantes. Une étude au plan national estimait les retombées potentielles à 410 millions d'€ pour la région Provence Alpes Côte d'Azur. L'étude réalisée pour le compte de la Ville de Marseille en 1998 estimait à 90 millions d'€ (en € constants) les dépenses réalisées par les visiteurs non marseillais pendant la coupe du monde de football. Dans l'attente de disposer des résultats plus précis sur l'impact économique de la coupe du monde à Marseille (voir encadré), une première fourchette peut être mentionnée à titre purement indicatif.

En effet, l'estimation ici évoquée ne résulte pas d'une étude approfondie mais d'extrapolations réalisées à partir des études réalisées et des éléments aujourd'hui disponibles. Elle n'a donc aucune base « scientifique » et elle est soumise aux réserves inhérentes à ce type d'exercice. Cet avertissement fait, l'impact économique pour Marseille pourrait s'inscrire dans une fourchette comprise entre 50 et 75 millions d'€. L'hypothèse haute, table sur un effet du même ordre que celui de la coupe du monde de football mais diminuée de 15% en raison d'un nombre légèrement inférieur de matches (sept matches en 1998 contre 6 matches en 2007). L'hypothèse basse, s'appuie sur un effet d'un tiers inférieur à celui de la coupe du monde de 1998 à partir d'une durée moyenne de séjour des touristes inférieure en 2007 (deux jours contre trois en 1998).



Supporter anglais ■ REUTERS/© Eddie Keogh / Reuters

Quoiqu'il en soit, une chose paraît acquise, Marseille sera bien la ville de province où l'impact aura été le plus fort. Réponse au début de l'année 2008...

Les études références en lien avec les impacts économiques de la coupe du monde de rugby

Une étude réalisée par l'Essec en avril 2007 estimait à 8 milliards d'€ les retombées économiques pour les régions. La moitié avant et pendant l'événement et l'autre moitié après l'événement. Avec 410 millions d'€, la région PACA arrive en quatrième position après l'Ile-de-France (1 milliard d'€), la région Rhône-Alpes (558 millions d'€) et la région Aquitaine (414 millions d'€). Il convient de souligner que cette étude, menée avant la coupe du monde, fait l'objet d'un certain nombre de réserves de la part d'autres prévisionnistes. Au-delà des réserves méthodologiques, il semble que les chiffres annoncés par l'Essec seraient surestimés dans une proportion qui n'est pas précisée !

L'estimation que nous avons avancée s'est surtout appuyée sur l'étude réalisée pour la Ville de Marseille par KPMG en juin-juillet 1998. A l'occasion de la coupe du monde de football, KPMG a conduit avec la Junior Entreprise de l'ESC Marseille Provence une enquête auprès de 2 180 personnes s'étant déplacées à cette occasion. Cette étude a permis de quantifier le nombre de visiteurs (409 000 dont 65% d'étrangers) et de procéder à une estimation de la valorisation des retombées économiques (90 millions d'€ pour les visiteurs en provenance de l'étranger et hors Bouches-du-Rhône).

Enfin, à la demande du Ministère de la Santé, de la Jeunesse et des Sports, une étude a été réalisée dans les villes d'accueil de la coupe du monde (huit en régions et deux à Paris-Ile-de-France). Cette étude porte sur l'impact économique et l'utilité sociale de la coupe du monde de rugby. Elle présente l'intérêt de s'appuyer sur la même méthodologie et de permettre donc de faire des comparaisons entre les villes et les régions concernées. Les résultats seront communiqués au début de 2008. Pour ce qui concerne Marseille, l'étude est menée par la CCIMP. L'étude s'appuie sur cinq enquêtes. La première concerne une enquête « spectateurs » à l'occasion de chacun des six matches. Huit cent questionnaires ont été collectés, soit 150 par match. Une enquête complémentaire a été réalisée auprès de 300 personnes sur les lieux d'animation. Les autres enquêtes sont réalisées soit par téléphone (400 personnes enquêtées à l'échelle régionale) soit en entretien direct auprès des sympathisants du rugby (clubs, associations) et auprès des acteurs économiques et des institutions concernées par l'événement.

Mise en perspective:

Marseille cultive son art de l'accueil et confirme sa capacité à organiser de grands événements

Au delà des retombées économiques, la coupe du monde de rugby a constitué une vitrine exceptionnelle pour les villes d'accueil. Comme tout événement bénéficiant d'une forte médiatisation, cette coupe du monde a aussi été l'occasion d'imprimer une image dynamique du territoire. Le coup de projecteur planétaire produit des conséquences qui dépassent largement la durée de l'événement. Ainsi, la coupe du monde de football en 1998 a accéléré le changement d'image de Marseille en permettant à la ville d'infirmer les clichés négatifs qui lui étaient systématiquement associés. En 2007, Marseille a conforté l'image d'une ville ouverte, accueillante et conviviale. Peut-être plus qu'ailleurs, la coupe du monde de rugby aura constitué un formidable outil de promotion. La dimension festive de l'événement aura trouvé à Marseille le meilleur des terrains et lui a permis de cultiver son art de l'accueil. Les exemples abondent en ce sens et montrent que les visiteurs ont apprécié la ville et ses habitants.

Vecteur d'image positive, accélérateur de développement et catalyseur d'énergies, l'événementiel figure en bonne place dans la stratégie des territoires. Barcelone est souvent citée en exemple en la matière. Marseille est toujours à la recherche de l'accueil d'un événement centré sur son territoire et bénéficiant d'une médiatisation exceptionnelle. Dans le domaine du sport de haut niveau, elle a déjà tenté sa chance – sans succès – pour l'organisation de la Coupe de l'Amérique. Le bilan très positif en termes d'image de la coupe du monde de rugby a suscité, au plan local, un grand espoir et a donné un élan de confiance sans précédent à cette ville.

C'est dans ce contexte que s'inscrit la candidature à la capitale européenne de la culture en 2013. La coupe du monde de rugby a permis à Marseille d'émettre un signal fort. En montrant une nouvelle fois sa capacité d'accueil de grands événements et sa propension à susciter l'enthousiasme de ses visiteurs, elle a réalisé un « haka » convaincant face à ses concurrentes... La ville affirme désormais une ambition culturelle européenne et méditerranéenne pour le renouveau de la cité et du territoire dont témoignent les grands projets artistiques de rénovation urbaine, la qualité du mariage entre cultures savantes et cultures populaires.

Du sport à la culture, Marseille témoigne d'un engagement remarquable pour organiser des manifestations de dimension internationale. Ainsi, la réalisation du Palais de la Glisse et de la Glace permettra, peut-être, à la cité phocéenne d'accueillir les championnats du monde de patinage artistique. A plus long terme, la réalisation d'un pôle aquatique répondant aux standards internationaux (en projet) devrait permettre de postuler à l'organisation de grands championnats de natation.

Dans le domaine sportif, d'autres créneaux restent à prendre comme l'organisation des jeux méditerranéens en 2017 (les créneaux de 2009 et de 2013 étant déjà affectés). Après tout, des villes comme Barcelone (organisatrice des jeux méditerranéens en 1955) et Athènes (organisatrice des jeux méditerranéens en 1991) ont eu ce parcours avant d'atteindre la consécration avec l'organisation des jeux olympiques d'été en 1992 pour Barcelone et en 2004 pour Athènes.

Remerciements







LISTE DES PARTICIPANTS À LA TABLE RONDE ORGANISÉE LE 12 OCTOBRE.

Anne Peron, CDT-13

Silvie Allemand, office de tourisme de Marseille

Dominique Cascio, CCIMP

Francis Cann, Direction des ports de MPM

Cyril Darche, ANPE

Marc Bonnefoy, CRT PACA

Djoudi Hamdikene, Groupe Accor

Dominique Salomon, DRT-PACA

R.Mira ; service presse de la Ville de Marseille

Thomas Verdon, Direction du développement économique de MPM

Marc Chemin (*), fédération des industries hôtelières des Bouches-du-Rhône

Paul de Rosen (*), SNCM.

Loic Chovelon, Aéroport de Marseille-Provence (*)

(*) Personnes non présentes à la table ronde mais ayant accordé un entretien à l'agAM sur ce thème.

l'agAM remercie vivement les participants pour leur précieuse coopération.



AGENCE D'URBANISME DE L'AGGLOMÉRATION MARSEILLAISE • 04 88 91 92 90 • www.agam.org

Louvre & Paix • 49 La Canebière • BP 41858 • 13222 Marseille cedex 01 • fax 04 88 91 92 66 • e-mail : agam@agam.org