

DOSSIER

10 | ANIMATION

→ Le Tour de France en juillet à Lorient

14 | ÉTUDE

→ Des retombées importantes

18 | NAUTISME

→ L'envie d'une grande course à la voile



Ces événements
qui rapportent
au territoire



ANIMATION

L'accueil de grands événements, comme le Tour de France, est une source de retombées économiques et médiatiques pour le territoire. Mais si plus de 250 villes sont candidates chaque année au passage de la Grande Boucle, seules une quarantaine sont retenues. Lorient en fait partie pour cette édition 2018.

Chaque année, plus de 250 villes sont candidates pour être villes étapes de départ ou d'arrivée du Tour de France. Beaucoup de postulantes et peu d'éluës puisqu'au final, le Tour 2018 n'en aura retenu qu'une petite quarantaine. Et l'engouement est constant pour l'événement. « *C'est probablement le rendez-vous sportif le plus important avec cette dimension de proximité immédiate*, explique Thomas Cariou, chargé des relations collectivités pour le Tour de France. *On va chez les gens, on passe devant chez eux : 3 500 kilomètres et 3 semaines dans les territoires, c'est la vie réelle.* » Un ancrage local très fort que recherchent les collectivités, villes, agglomérations, départements. Toutes veulent valoriser leur territoire et stimuler cette proximité avec les habitants. Sans compter que le Tour de France, ce sont des retransmissions télévisées dans 190 pays et 4 millions de téléspectateurs en France chaque jour. « *Le Tour nous offre une visibilité immédiate et massive* », confirme Norbert Métairie, le Président de Lorient Agglomération.

Les retombées sont toujours supérieures à la mise de départ

Accueillir le Tour de France a un coût : 65 000 euros pour une ville-départ, 115 000 euros pour une arrivée. « *Ce sont des recettes nécessaires à ASO* pour* ►

l'organisation de l'épreuve et pour apporter ses structures comme le podium, la régie... », explique Thomas Cariou. Chaque ville ou département qui accueille le Tour doit aussi répondre à un cahier des charges techniques très précis : mise à disposition d'espaces, d'équipements municipaux, de services, mais aussi capacité d'accueil, logistique particulière, etc. Pour les collectivités locales, le Tour de France constitue à la fois un investissement et une opération rentable. Car si la mise

Les retombées sont toujours supérieures à la mise de départ

de départ est importante, surtout pour les plus petites villes, le retour sur investissement est largement garanti. De nombreuses collectivités, ainsi qu'ASO, ont fait réaliser des études pour mesurer cet impact du Tour (lire encadré sur la ville de Metz). *« Les résultats sont hétérogènes, cela dépend de la capacité de chaque collectivité à absorber les retombées économiques directes. C'est-à-dire les recettes d'hébergement et de restauration de l'organisation (4 500 personnes), des 2 000 journalistes et de la caravane, et des nombreux touristes venus voir l'épreuve. L'effet multiplicateur constaté est variable », commente Thomas Cariou. Ainsi, pour chaque euro investi dans l'accueil du Tour, les rentrées oscilleront de 2 à 8 euros. « Les retombées sont toujours supérieures à la mise de départ. » Par exemple Le Havre, ville-arrivée en 2015, a affiché un ratio de rentabilité de 4,2, tandis que Livarot, ville-départ la même année, a calculé un impact économique supérieur à 9 millions d'euros, avec un ratio de 7,1**.*

Le Tour a besoin des territoires pour exister

« Le Tour n'est pas l'événement d'une seule journée, confie Norbert Métairie, nous travaillons dans une logique d'héritage sur le long terme. Car Lorient a la chance d'avoir su capitaliser sur l'événementiel. Le Festival Interceltique, le FCL ou encore les grands rendez-vous nautiques sont des marqueurs territoriaux puissants que beaucoup d'autres villes de notre taille nous envient. » Accueillir le Tour, comme tout événement d'ampleur, c'est donc préparer la population en amont, faire connaître sa ville et son territoire, guider une mobilisation locale et se positionner auprès de potentiels touristes à capturer. Plus qu'un événement sportif, c'est une grande fête populaire et fédératrice, et une mise

Chaque année, plus de 250 villes se portent candidates à l'accueil d'une étape de la Grande Boucle.



en avant du territoire. Pour Thomas Cariou, *« c'est un peu Des Racines et des Ailes en même temps que la plus grande course cycliste au monde »*. Avec 20 minutes de visibilité à la télévision en moyenne par ville-étape et désormais la retransmission en intégralité de toutes les étapes, le Tour permet de montrer sa ville sous son meilleur jour. Vues aériennes, directs, commentaires valorisants :



B.Baude

une belle opportunité de se faire connaître et de se positionner sur la carte touristique. Ainsi, Arras, jusque-là méconnue en matière de tourisme, a pu mettre en avant ses atouts et changer son image. L'Alpe d'Huez a profité du Tour pour élargir sa notoriété au niveau européen. « Mais Paris n'a pas besoin du Tour par exemple. En revanche, le Tour a besoin des territoires pour exister et construire une course sportivement et esthétiquement intéressante. » Un parcours avant tout sportif donc, où la Bretagne tient, et depuis longtemps, une large place : elle reçoit en effet régulièrement le Tour car « les Bretons aiment le vélo : c'est une terre de champions, de coureurs et d'amateurs », souligne Thomas Cariou. Lorient ne fait pas exception à la règle. « C'est une ville suffisamment attractive, avec les capacités logistiques nécessaires et surtout une grande tradition cycliste, en témoigne Warren Barguil, maillot à pois rouges du dernier Tour de France ! » ■

*ASO : Amaury Sport Organisation, structure qui organise le Tour de France mais aussi le Paris-Roubaix, le Paris-Nice, la Vuelta (Espagne), le Rallye Dakar ou encore le Marathon de Paris.

**Étude PwC – Repucom 2015

Metz : « Le Tour vaut l'investissement »

La ville de Metz a accueilli le Tour en 2012 (elle l'avait déjà fait 30 fois depuis la création de la grande boucle), et commandé une étude sur les retombées économiques de l'événement. Les explications de Marina Lallement-Wagner, directrice de la communication et de la promotion de l'agence de développement économique Inspire Metz.

« L'étude comporte deux enquêtes : l'une menée auprès de 500 spectateurs (hors Messins) et l'autre auprès de 150 professionnels. Notre objectif était de connaître les retombées économiques du Tour mais aussi de mieux comprendre les comportements des spectateurs. Les résultats montrent que les publics du Tour sont surtout des hommes plutôt jeunes, qu'ils viennent de Metz pour 52 %, 14 % sont étrangers. Un quart d'entre eux sont des touristes, dont 75 % d'excursionnistes (venus à la journée, ils sont fréquents à Metz qui est une ville frontalière). Par ailleurs, 40 % de ces touristes venaient pour la première fois et en majorité pour le Tour de France. Ces données confirment l'attractivité du Tour et sa capacité à fédérer localement, ce qui participe à créer un sentiment de fierté et d'appartenance à Metz. La fréquentation était maximale sur le territoire avec 90 % de taux d'occupation pendant le Tour (contre 50 à 60 % habituellement). Globalement, on a mesuré 517 000 euros de retombées économiques liées aux spectateurs, et 156 000 euros liés aux professionnels. Soit un total de 673 000 euros qui n'auraient pas été dépensés sur place s'il n'y avait pas eu le Tour... Enfin, la perception de la destination a aussi évolué : l'image de Metz a été perçue comme très positive par les touristes suite à leur séjour (73 %). Ils expriment d'ailleurs l'intention de revenir. »



Visual'Ouest - Michel Renac - B. Perrel

Une valeur ajoutée pour le territoire

ÉTUDE

AudéLor et le cabinet GECE ont réalisé une étude approfondie de l'impact économique du FC Lorient, du Festival Interceltique et des 24 Heures Kayak qui apportent, chacun à leur manière, un bénéfice pour le territoire. Cette étude confirme l'importance de leurs retombées économiques et de leur valeur ajoutée pour le territoire.

Les retombées et/ou l'impact économique des manifestations sportives et culturelles sont souvent évoqués par les organisateurs et dans les médias. Des sommes parfois importantes (plusieurs centaines de milliers ou plusieurs millions d'euros) sont fréquemment citées. Dans cette abondance de chiffres, il est parfois difficile de s'y retrouver. De quoi parle-t-on exactement ? Les montants annoncés sont-ils comparables ? Lorient Agglomération, qui participe au financement de plus d'une trentaine d'événements culturels et sportifs, a souhaité pouvoir disposer d'une grille de lecture commune de l'impact économique des événements sur le territoire et a sollicité l'appui de l'agence de développement économique AudéLor sur cette question.

La méthode choisie, reconnue au niveau national et portée par le ministère de l'Économie (DGE) et par Atout France, a l'avantage de bien distinguer deux notions :

- **Les retombées économiques** : l'ensemble des dépenses réalisées sur le territoire à l'occasion de l'évènement (dépenses des visiteurs et participants et dépenses des organisateurs) ;
- **L'impact économique** : création de richesse sur le territoire qui tient compte des injections de dépenses sur le territoire (issues de visiteurs et de financements extérieurs) et des fuites (dépenses qui sortent du territoire).

Cette distinction rejoint la différence au niveau d'une entreprise entre le chiffre d'affaires et la valeur ajoutée.

tée. Cette méthode ne porte que sur l'impact primaire et immédiat et ne prend donc pas en compte les dépenses indirectes et induites. La méthode ne prend pas non plus en compte l'impact médiatique et les effets sur la notoriété du territoire.

Trois événements très différents

En 2017 et 2018, AudéLor, avec l'appui du cabinet GECE et en partenariat avec les structures organisatrices et Lorient Agglomération, a étudié trois événements locaux très différents par leur nature, leur budget, leur durée et leur ampleur : le Festival Interceltique, la saison du FCL et les 24 heures Kayak organisés à Inzinzac-Lochrist. Le cabinet GECE a procédé à deux grands types de travaux en lien avec les structures : une enquête représentative auprès des visiteurs et spectateurs, une analyse détaillée des dépenses des organisateurs. L'enquête auprès des visiteurs s'est traduite par un large sondage en ligne auprès d'abonnés ou de contacts des structures (37 000 mails) mais aussi auprès de visiteurs identifiés lors d'enquêtes sur

le terrain (recueil de plus de 8 000 mails). Près de 8 000 personnes ont répondu, garantissant des marges d'erreurs très faibles. Enfin, les ressources et les dépenses des trois organisateurs ont été analysées en identifiant ce qui provient de l'extérieur du périmètre de Lorient Agglomération (injection) et ce qui est dépensé à l'extérieur (fuite).

Méthodologie de l'enquête

Enquête réalisée lors de la saison 2016-2017 pour le FC Lorient, qui était alors en Ligue 1, et lors des éditions 2017 du Festival Interceltique de Lorient et des 24 Heures Kayak, à Inzinzac-Lochrist.

- Public : 8 366 répondants au total.
- Enquête réalisée en ligne après collecte des contacts sur place lors des événements et via les organisateurs.
- Organisateurs : l'étude d'impact repose sur l'analyse des données financières fournies par les organisateurs

1. La fréquentation des événements

24 H Kayak

Festival Interceltique

Saison du FC Lorient

NOMBRE DE SPECTATEURS EN 2017



2 jours de course

8 050



10 jours de festival

273 000

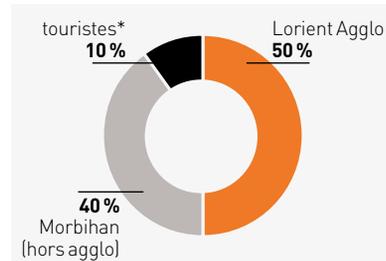
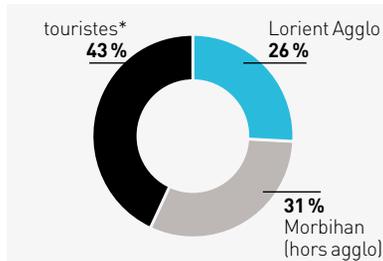
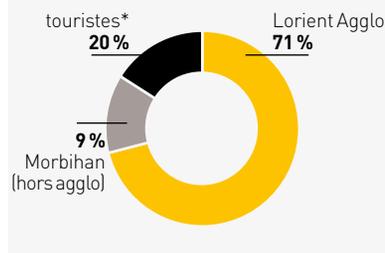


21 matchs à domicile

23 500

NB : il s'agit ici du nombre de spectateurs (nombre de personnes différentes) et non du nombre de visites (flux de fréquentation).
Le nombre de visites (flux) est de 750 000 pour le FIL, 163 400 pour le FCL et 12 000 pour les 24 heures kayak.

ORIGINE DES SPECTATEURS



* Touriste : spectateurs non locaux avec au moins une nuit en dehors de leur résidence habituelle

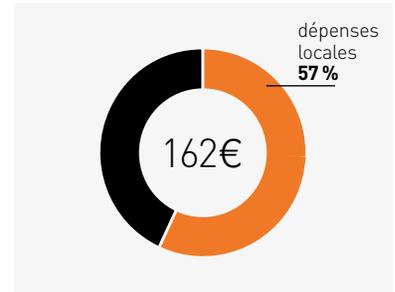
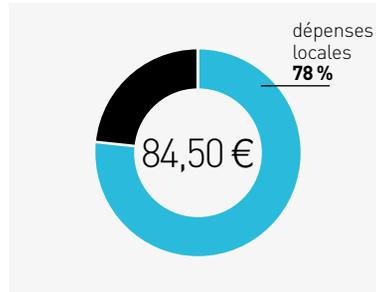
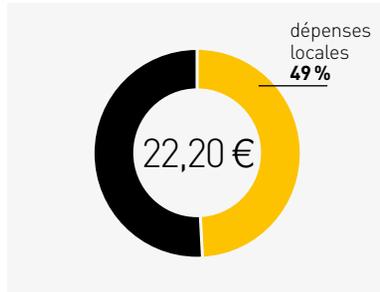
2. Les dépenses sur le territoire

24 H Kayak

Festival Interceltique

Saison du FC Lorient

DEPENSE MOYENNE PAR SPECTATEUR SUR LE PÉRIMÈTRE DE L'AGGLOMÉRATION



TOTAL DES DÉPENSES SUR L'AGGLOMÉRATION (ORGANISATEURS ET VISITEURS)

161 500 €

24
millions d'€

21,6
millions d'€

Pour le FIL et le FCL, les dépenses sur le territoire sont élevées et relativement proches. L'origine des dépenses est toutefois très différente. Pour le FIL, l'essentiel provient des dépenses des spectateurs (nombreux et ayant fréquemment un besoin d'hébergement). Pour le FCL, ce sont les dépenses organisateurs qui sont dominantes : salaires des joueurs, dépenses liées à l'organisation des matchs et à la vie du club (sécurité et autres prestations).

TOTAL DES DÉPENSES GÉNÉRÉES POUR 1€ DE BUDGET DE L'ÉVÈNEMENT



À ÉCOUTER
Une semaine consacrée
aux événements,
en partenariat avec
JAIME Radio (101.9) :
les 21, 22, 23, 24
et 25 mai, à 19h.



Gant sifroù ur studiaden kaset da benn nevez zo gant ur c'habined arbennik e weler mat o dez an abadennoù meur un efed ekonomikel bras ar an tiriad. Ar gounidoù gortozet zo unan ag an abegoù o deus roet c'hoant d'an Tolpad-kêrioù da adroñ lañs d'ar redadeg-vor mojennel, an Oriant-Bermudez-an Oriant, en nevezamzer 2019, 40 vlez goude ar redadeg kentañ. Goude bout lakaet e anv ha bout dibabet da zegemer un tennad a Dro Frañs, a-benn an 11 a viz Gouere, e karehe an Oriant Tolpad e vehe ken bras an efedoù ekonomikel ha mediaouek ha ma oant bet n'eus ket pell e lec'hioù arall.

3. La richesse créée sur le territoire

Pour mesurer la richesse créée sur le territoire, sont pris en compte à la fois les flux financiers entrants et sortants. Dans les dépenses des spectateurs, ne sont ainsi comptabilisées que celles opérées par les résidents hors de l'agglomération qui sont venus spécialement pour l'événement. Ces deux conditions définissent les spectateurs "générateurs d'impact". En

ce qui concerne le volet organisateur, ne sont prises en compte que les ressources issues de l'extérieur de l'agglomération (subventions départementales, régionales, nationales, droits télé, transferts de joueurs...). Sont déduites les dépenses qui bénéficient à des acteurs extérieurs au territoire (fournisseurs localisés hors du périmètre, cotisations sociales).

FLUX FINANCIERS ENTRANT SUR LE TERRITOIRE

	24 H Kayak	Festival Interceltique	Saison du FC Lorient
Flux financiers entrants	78 000 €	16,4 millions €	33 millions €
Dont spectateurs	46 000 €	12 millions €	1,1 million €
Flux financiers sortants	70 000 €	3,5 millions €	21 millions €
Impact économique	8 000 €	12,9 millions €	12 millions €*
Richesse créée sur le territoire pour 1 euro de budget de l'événement	0,08 €	2,00 €	0,33 €

* Avec un bénéfice moyen en période longue de 7 millions d'euros lié aux transferts de joueurs

CHIFFRES CLÉS

	24 H Kayak	Festival Interceltique	Saison du FC Lorient	Total
Retombées économiques	161 500 €	24 millions €	21,6 millions €	46 millions €
Impact économique	8 000 €	12,9 millions €	12 millions €	25 millions €
Budget	105 500 €	6,3 millions €	35,8 millions €	42,2 millions €

* Hors apports indirects de la Ville de Lorient et de Lorient Agglomération (1,3 millions d'euros)



Jeu concours « Lorient Bretagne Sud : terre d'événements »

À l'occasion de la parution des *Nouvelles* de mai-juin 2018, Lorient Agglomération, dans le cadre de ses partenariats avec le FCL, le FIL et le Tour de France 2018, met en jeu :

- 2 abonnements pour la saison 2018-2019 du FCL (1^{er} prix)
- 2 bracelets VIP d'accès au Village du Tour de France (2^e prix),
- 2 entrées à l'une des Nuits interceltiques du FIL (3^e prix)

Pour participer au tirage au sort, il vous suffit de compléter le bon ci-dessous, de le découper et de le retourner, soit par courrier soit en le déposant à l'accueil (avant le 1^{er} juin 2018 à minuit) à la Maison de l'Agglomération sous enveloppe portant les mentions suivantes :

Maison de l'Agglomération
Concours Lorient Bretagne Sud : terre d'événements
Esplanade du Péristyle
CS 200001 - 56314 Lorient Cedex

Nom* : Prénom* :

Adresse* :

Code Postal* : Commune* :

N° de téléphone* : Adresse mail :

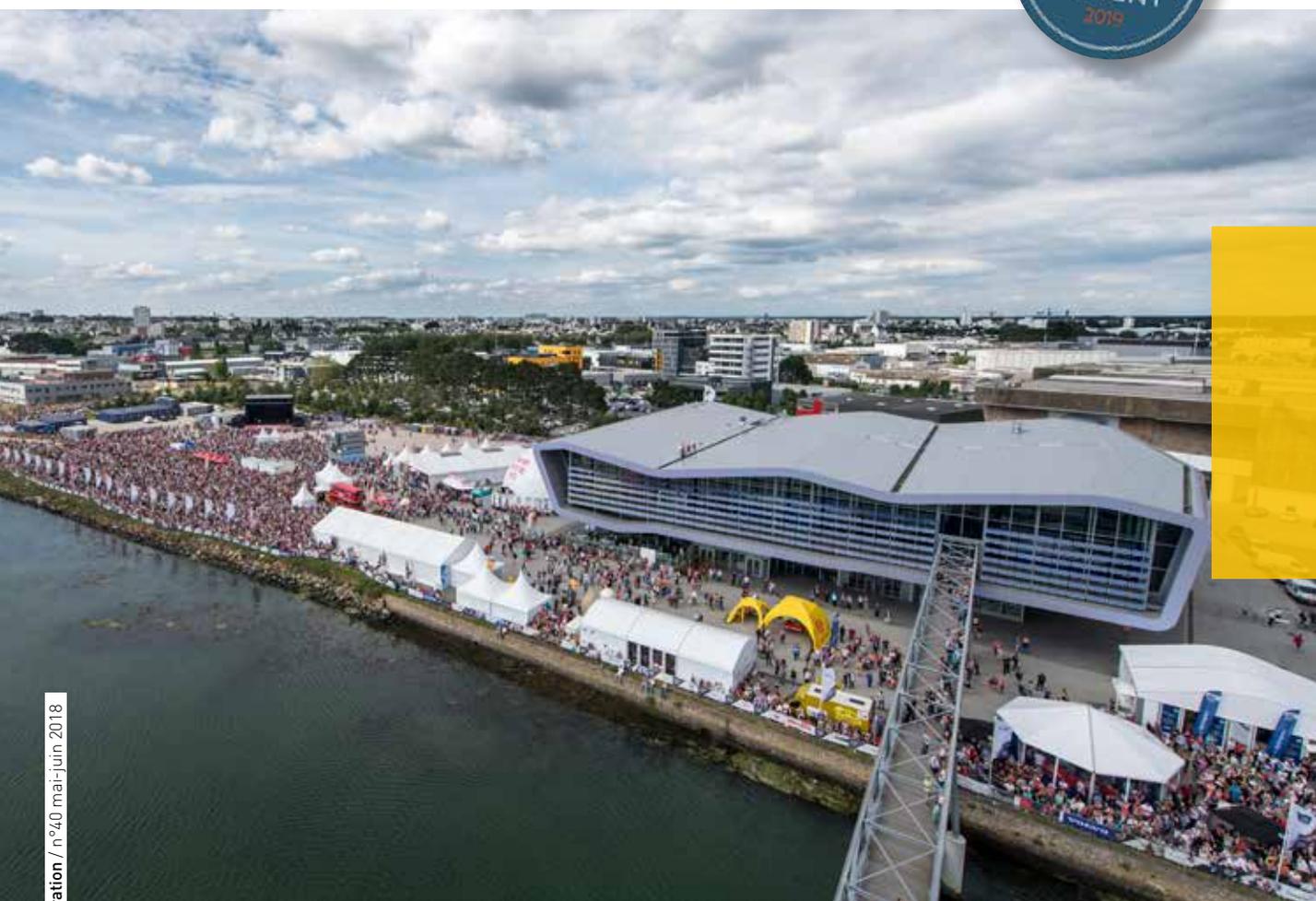
(*) Mentions obligatoires

Les participants disposent d'un droit d'accès, de modification, de rectification et de suppression des données les concernant (art. 34 de la loi française « Informatique et libertés » n° 78-17 du 6 janvier 1978) sur simple demande écrite à l'adresse suivante : Maison de l'Agglomération - Esplanade du Péristyle - CS 20001 - 56314 Lorient Cedex. À la fin du jeu concours et de l'attribution des lots, les données seront supprimées. Le règlement de ce jeu concours est consultable sur le site www.lorient-agglo.bzh, rubrique Actualités, les *Nouvelles* n°40, et à l'étude SCP SIBAN et PENIN.

Une volonté de faire renaître une grande course à la voile

NAUTISME

Le port de Lorient La Base accueillera au printemps 2019 le départ (le 21 avril) et l'arrivée de la Lorient – Les Bermudes – Lorient, la mythique double transat courue trois fois en 1979, 1983 et 1989.



Ricardo Pinto

En 2015, la Volvo Ocean Race avait accueilli plus de 150 000 spectateurs sur le site de Lorient La Base.

Éric Tabarly, Gilles Gahinet, Olivier de Kerseason, Florence Arthaud : les légendes de la voile figuraient parmi les concurrents de la première édition de la double transat entre Lorient et Les Bermudes en 1979. Cette course mythique, imposant de traverser l'Atlantique deux fois (à l'aller et au retour), n'a connu que trois éditions, entre 1979 et 1989. Pourtant, elle a participé

au même titre que la Route du Rhum 1978 à lancer la course au large en France, tout en innovant : c'était en effet la première course où l'ensemble des bateaux étaient suivis par satellite. Lorient Grand Large a décidé de relancer cette transat, cette fois-ci en équipage, et de l'ouvrir aux Ultim, les maxi-trimarans nouvelle génération qui se sont installés à Lorient La Base. « *Il s'agit de faire renaître*

la légende, explique Christophe Baudry, directeur de l'association Lorient Grand Large qui organise la course. *Il s'était passé quelque chose d'extraordinaire avec les grands marins de l'époque. Notre héros Éric Tabarly battu de cinq minutes par Eugène Riguidel. Aujourd'hui, on peut retrouver cette ferveur avec des François Gabart, Armel Le Cléac'h et autres. »*

Un événement sur la durée

« Nous avons étudié l'impact de différentes courses, comme les deux étapes de la Volvo Ocean Race à Lorient en 2012 et 2015, poursuit Christophe Baudry. Au-delà des retombées économiques et de l'impact médiatique, c'est celui lié au développement des entreprises locales qu'il faut prendre en compte. Ces études ont permis de mesurer l'intérêt d'accueillir une course au large, ceci au regard des retombées, de l'attractivité territoriale et de l'héritage sur le long

EN CHIFFRES

5780

milles (environ 11 000 km)
distance aller-retour

10 à 20

jours de course
en fonction des bateaux

terme, en tenant compte bien évidemment, des coûts d'organisation. Les résultats ont conduit à choisir une course en format transat aller/retour, avec un impact médiatique et sportif maximum, une envergure internationale, un ancrage fort au territoire. Placée au printemps, dans toutes les conditions météo elle permettra aux concurrents de pousser leurs bateaux au maximum, en équipage, avant les échéances des courses en solitaire, dont le Brest Ultim Tour fin 2019. » La nouvelle Lorient – Les Bermudes – Lorient se disputera sur un parcours de 5780 milles nautiques (11 000 km) et 10 à 20 jours de course. La course est programmée en avril-mai 2019, avec un départ de Lorient La Base le 21 avril, sur un week-end commun aux vacances scolaires des académies de Rennes et Paris. Arrivées vers le 1^{er} mai pour les plus rapides et entre le 8 et le 10 pour les autres classes. Le calendrier est donc idéal pour que la fête sur l'eau et à terre soit belle. ■



Yvan Eténa

« Une visibilité sans égal »

Dominique de La Portbarré, président de Saint-Malo Baie du Mont Saint-Michel Tourisme, rappelle l'impact que peut générer un grand événement nautique comme La Route du Rhum à Saint-Malo.

Quel est l'impact de la Route du Rhum pour le territoire ?

C'est la troisième manifestation sportive la plus médiatisée dans le monde ! Cela nous donne une visibilité médiatique que nous ne pourrions jamais nous offrir sans la course. Et sur place, nous comptons environ 2 millions de visiteurs venus exprès.

Quel est le résultat de cette visibilité pour le tourisme ?

On note généralement un impact fort sur le tourisme durant les deux années qui suivent le départ de la course, avec un pic de fréquentation et des visiteurs étrangers. Même si nous sommes la première destination touristique de Bretagne, la course nous permet d'aller plus loin : donner une image moderne du territoire, mais aussi mettre en avant une autre facette, celle du tourisme vert, auprès des visiteurs. Nous travaillons aussi avec tous les acteurs en amont de l'événement. Par exemple, nous invitons 40 grandes entreprises du CAC 40 au départ de la course pour faire connaître notre offre de tourisme professionnel.

La Route du Rhum a 40 ans cette année, comment valoriser la course sur la durée ?

Il n'y a jamais eu autant de bateaux inscrits que cette année*. C'est une course mythique pour les coureurs qui veulent faire le Rhum au moins une fois dans leur carrière... Mais cela ne se construit pas en une seule édition, et c'est une dynamique de tout le territoire, une réflexion partagée pour construire une stratégie qui nous permet d'optimiser l'impact de la course.

*Le départ de la course est prévu le 4 novembre