

UDES ÉTUDES ÉCONOMIQUES

LIGUE NATIONALE RUGBY

ÉTUDE D'IMPACT ÉCONOMIQUE DES DEMI-FINALES DU TOP 14

ORANGE VÉLODROME · MARSEILLE

Saison 2025/2026

OCTOBRE 2026



CONTEXTE ET OBJECTIFS

La Ligue Nationale de Rugby (LNR) a mandaté le Centre de Droit et d'Économie du Sport (CDES) afin de l'accompagner dans l'évaluation de l'impact économique des demi-finales du TOP 14 qui se sont déroulées à l'Orange Vélodrome de Marseille le vendredi 19 et le samedi 20 juin 2026.

Organisatrice des phases finales du TOP 14 (demi-finales et finale), la LNR souhaite disposer d'une évaluation rigoureuse et robuste de l'impact économique de cet évènement afin de démontrer aux parties prenantes impliquées localement (en particulier les collectivités territoriales et l'exploitant de l'enceinte) qu'il contribue à générer un surcroît d'activité pour le territoire hôte.

La méthodologie mise en œuvre par le CDES est conforme aux recommandations du ministère des Sports, de la Jeunesse et de la Vie associative, à celles du guide méthodologique publié par la Direction Générale des Entreprises et à celles de l'OCDE, qui font référence pour les études d'impact économique d'évènements sportifs.

OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

1 **Évaluer l'impact économique** des demi-finales du TOP 14 à l'échelle de la Métropole Aix-Marseille-Provence, c'est-à-dire la contribution de l'évènement à la création de valeur sur le territoire hôte.

2 **Évaluer le degré de satisfaction et l'engagement de la population locale** vis-à-vis de l'évènement.

SOMMAIRE

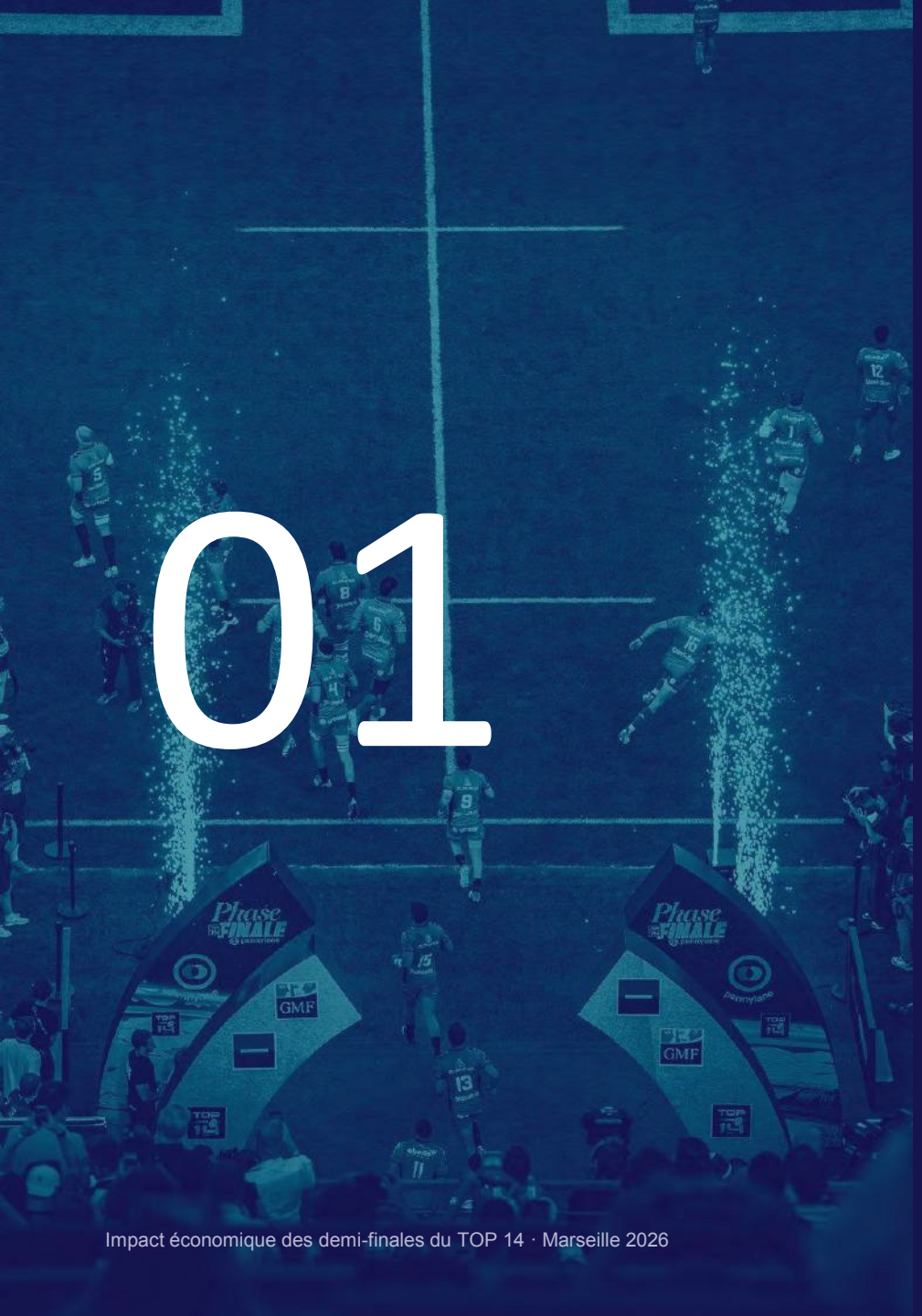
01 **Chiffres-clés** p. 04

02 **Calcul de l'impact économique** p. 08

03 **Appropriation par les Marseillais** p. 18

04 **Annexe méthodologique** p. 25

05 **Le CDES : qui sommes-nous ?** p. 34



01

CHIFFRES-CLÉS

L'impact économique en un coup d'œil
Le public et l'expérience des demi-finales
L’appropriation de l’évènement par les Marseillais

01 · CHIFFRES-CLÉS
L'IMPACT ÉCONOMIQUE EN UN COUP D'ŒIL

24,9 M€

d'impact économique total des demi-finales du TOP 14 sur le territoire de la Métropole Aix-Marseille-Provence

18,1 M€

d'impact économique primaire (effets directs)

6,8 M€

d'impact économique secondaire (effets indirects et induits)

85 %

des spectateurs ne résident pas dans la Métropole Aix-Marseille-Provence

326,40 €

panier moyen par match des spectateurs résidant hors des Bouches-du-Rhône (France et étranger), hors achat du billet et dépenses dans le stade

01 · CHIFFRES-CLÉS
LE PUBLIC ET L'EXPÉRIENCE DES DEMI-FINALES

85 %

des spectateurs ont passé au moins une nuit à Marseille

84 %

des spectateurs suivent le TOP 14 et la PRO D2

59 %

des spectateurs ont pris le temps de visiter Marseille

84 %

des spectateurs sont satisfaits ou très satisfaits de leur expérience

84 %

ont trouvé l'atmosphère de l'Orange Vélodrome bonne ou très bonne

45 %

se sont rendus au Village Rugby

01 · CHIFFRES-CLÉS
LES MARSEILLAIS ET LES DEMI-FINALES

53 %

des Marseillais interrogés savaient que les demi-finales se déroulaient à Marseille

81 %

jugent l'atmosphère dans la ville bonne ou très bonne pendant l'évènement

74 %

sont favorables à l'accueil des demi-finales du TOP 14 à Marseille

67 %

souhaitent que Marseille accueille à nouveau l'évènement

90 %

des Marseillais informés sont favorables à l'accueil, contre 55 % des non-informés

12 %

sont allés au Village Rugby

Base : 156 Marseillais interrogés les 19 et 20 juin 2026 (enquête « population locale », CDES – AMOS Marseille).



02

CALCUL DE L'IMPACT ÉCONOMIQUE

Impact primaire — organisation (LNR, MARS 360)
Impact primaire — visiteurs (spectateurs, accrédités, équipes demi-finalistes)
Synthèse et impact économique total

DÉPENSES D'ORGANISATION DE LA LNR

- La Ligue Nationale de Rugby a réalisé un total de 2,397 M€ de dépenses opérationnelles dans le cadre de l'organisation des demi-finales du TOP 14.

- 1,645 M€ (69%) ont été dépensés sur le territoire de la Métropole Aix-Marseille-Provence. Ces dépenses locales ont été financées à 85% par des revenus externes au territoire (billetterie, redevance sur les hospitalités). L'injection brute de revenus est ainsi évaluée à 1,399 M€.

- 0,751 M€ (31%) ont été dépensés hors du territoire métropolitain, financés à hauteur de 15% par des revenus internes au territoire, générant des fuites de 0,112 M€.

- **Au final, l'impact primaire lié aux dépenses d'organisation de la LNR s'établit à 1,287 M€.**

1,399 M€

Injection brute

–

0,112 M€

Fuites hors territoire

=

1,287 M€

Impact primaire organisation LNR

02 · IMPACT PRIMAIRE — ORGANISATION

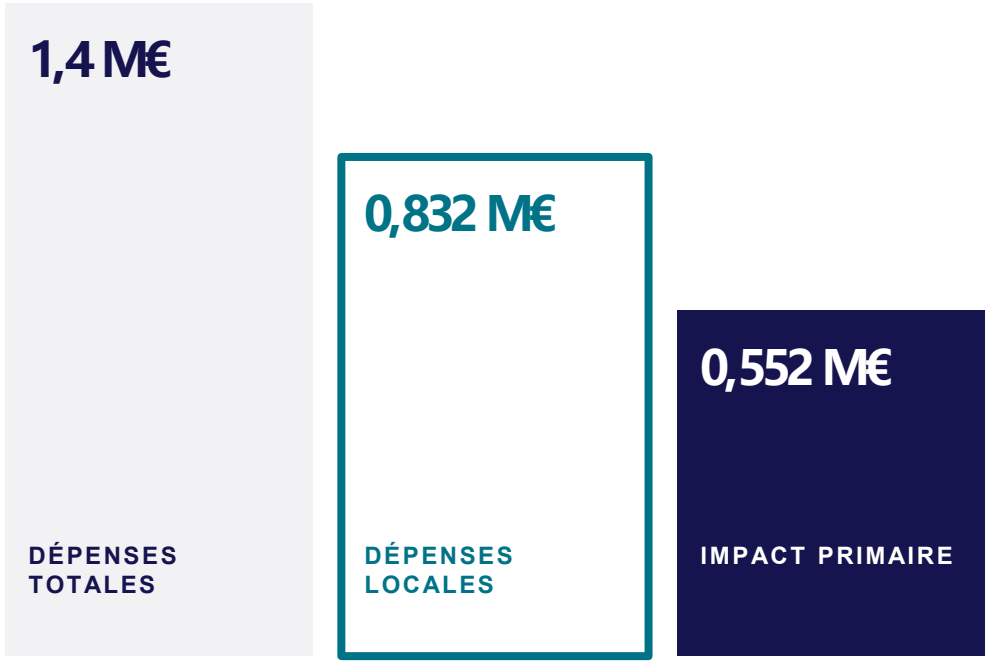
DÉPENSES DE MARS 360, EXPLOITANT DE L'ORANGE VÉLODROME

- Exploitant de l'Orange Vélodrome, MARS 360 a contribué à l'organisation des demi-finales du TOP 14, en particulier au titre de la mise en configuration du stade et de la commercialisation des prestations d'hospitalités. Il a ainsi dépensé 1,400 M€ dans le cadre de l'évènement.

- 59% de ce montant a été dépensé auprès de prestataires et fournisseurs locaux (0,832 M€). Ces dépenses ayant été financées à 80% par des revenus externes, l'injection brute s'élève à 0,666 M€.

- 0,568 M€ ont été dépensés hors de la Métropole, financés à 20% par des revenus locaux, soit des fuites de 0,114 M€.

- **Au final, l'impact primaire lié aux dépenses de l'exploitant s'établit à 0,552 M€.**



LES SPECTATEURS DES DEMI-FINALES

132 899

spectateurs ont assisté à l'une et/ou l'autre des rencontres (nombre total de billets vendus par la LNR)

84 133

spectateurs uniques, c'est-à-dire personnes différentes ayant assisté aux rencontres. Certains spectateurs ayant assisté aux deux rencontres, il existe en effet une différence entre le nombre de billets vendus et le nombre de spectateurs uniques.

85%

des spectateurs ne résidaient pas dans la Métropole Aix-Marseille-Provence

43 893

spectateurs avaient un billet pour les deux rencontres

40 240

spectateurs avaient un billet pour l'une des deux rencontres

Le public s'est réparti en deux catégories :

- **Les spectateurs « grand public »** : spectateurs munis de places « sèches », sans prestation d'hospitalités
- **Les spectateurs « hospitalités »** : spectateurs disposant de billets donnant accès à des prestations de restauration (loges, salons).

02 · IMPACT PRIMAIRE — VISITEURS

LES SPECTATEURS « GRAND PUBLIC »

Sur la base des données collectées, l'impact primaire généré par les dépenses des spectateurs « grand public » au sein de la Métropole Aix-Marseille-Provence s'élève à **14,361 M€**.



No-show et nombre de billets par personne

85 % de non-résidents Métropole

96 % venus en premier lieu pour les demi-finales du TOP 14

La différence entre les dépenses totales (21,018 M€) et l'impact primaire (14,361 M€) s'explique par le fait que sont déduites des dépenses des spectateurs :

- Les dépenses effectuées hors du territoire de référence (par exemple le transport entre le domicile et Marseille) ;
- Les dépenses réalisées dans l'enceinte, notamment en restauration, déjà intégrées au budget d'organisation.

Seules sont intégrées à l'impact primaire les dépenses locales et additionnelles réalisées par les visiteurs se déplaçant à Marseille pour assister à l'une et/ou l'autre des demi-finales du TOP 14.

02 · IMPACT PRIMAIRE — VISITEURS

LES SPECTATEURS « HOSPITALITÉS »

Sur la base des données collectées et des hypothèses de dépenses retenues, l'impact primaire généré par les spectateurs « hospitalités » s'élève à **1,312 M€**.



No-show et nombre de billets par personne

80 % de non-résidents Métropole

96 % venus principalement pour les demi-finales

Contrairement aux données recueillies auprès des spectateurs « grand public », les données relatives aux spectateurs « hospitalités » n'ont pas été recueillies au moyen du questionnaire électronique. L'évaluation de l'impact économique provenant des dépenses de cette catégorie de spectateurs a été établie comme suit :

- Leur nombre et leur provenance ont été établis sur la base de données transmises par la Ligue Nationale de Rugby et MARS 360.
- Leurs dépenses journalières ont été reconstituées sur la base d'hypothèses issues de travaux antérieurs du CDES (notamment sur les phases finales du TOP 14) ainsi que d'autres études (notamment celles consacrées à d'autres évènements sportifs organisés à Marseille).

Les hypothèses concernant les dépenses ont été volontairement conservatrices afin de ne pas surévaluer l'impact.

02 · IMPACT PRIMAIRE — VISITEURS

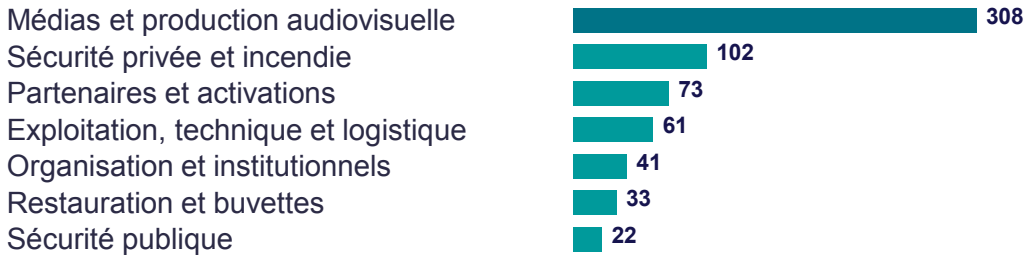
LES PERSONNES ACCRÉDITÉES

Hors LNR et délégations des clubs (dont les dépenses sont intégrées par ailleurs), **plus de 5 000 personnes ont contribué à l'organisation des demi-finales** : restauration, sécurité, accueil, médias, exploitation technique, partenaires…

Environ 12 % d'entre elles résident hors de la Métropole Aix-Marseille-Provence et sont donc susceptibles de générer un impact économique. Seules leurs dépenses locales sont retenues dans le calcul d'impact.

Les paniers de dépenses des populations accréditées ont été établis de façon conservatrice.

NON-RÉSIDENTS PAR DOMAINE D'INTERVENTION



5 605	5 250	639	150 à 650 €	0,252 M€
TOTAL ACCRÉDITÉS	HORS LNR ET CLUBS	NON-RÉSIDENTS MÉTROPOLE	PANIERS MOYENS	IMPACT PRIMAIRE

Sur la base des données transmises par la LNR et des hypothèses de dépenses formulées, l'impact primaire « accrédités » s'établit à **0,252 M€**.

02 · IMPACT PRIMAIRE — VISITEURS

LES ÉQUIPES DEMI-FINALISTES



Les quatre équipes qualifiées pour les demi-finales du TOP 14 ont engagé des frais pour se rendre à Marseille : hébergement et restauration des délégations sportives, invitations de partenaires, activations locales, etc. D'après les données de la LNR, 291 personnes issues des quatre clubs étaient accréditées (joueurs, staff sportif, dirigeants et autres invités).

En retraitant les données transmises par les clubs des dépenses engagées hors Métropole (transport jusqu'à Marseille, location de bus, etc.), l'impact lié aux dépenses des équipes demi-finalistes est estimé à 0,302 M€.

291

personnes accréditées au titre des quatre clubs

0,302 M€

d'impact primaire lié aux équipes demi-finalistes

SYNTHÈSE DE L'IMPACT PRIMAIRE

1	**Organisation** LNR (1,287 M€) et exploitant de l'Orange Vélodrome (0,552 M€)	1,839 M€
2	**Spectateurs** grand public (14,361 M€) et hospitalités (1,312 M€), non-résidents venus spécifiquement	15,673 M€
3	**Accrédités** Hors délégations des clubs, dépenses non prises en charge par l'organisation	0,252 M€
4	**Équipes demi-finalistes** Dépenses des quatre clubs réalisées au sein de la Métropole	0,302 M€

18,066 M€

d'impact primaire des demi-finales du TOP 14, cumulant les dépenses d'organisation et les dépenses des visiteurs

02 · IMPACT ÉCONOMIQUE TOTAL

CALCUL DE L'IMPACT

18,1 M€

Impact primaire

×

1,38

Multiplicateur de Wilson

=

24,9 M€

Impact économique total

Les demi-finales du TOP 14 ont généré un impact économique total de 24,9 M€ au sein de l'économie de la Métropole Aix-Marseille-Provence.

L'impact primaire produit, par effet multiplicateur, des effets indirects et induits. L'impact total est obtenu par l'application d'un multiplicateur de Wilson à l'impact primaire.

6,8 M€

d'impact secondaire (effets indirects et induits), soit 28 % de l'impact total



03

L’appropriation de l’évènement l’évènement par la population population marseillaise

Méthodologie de l’enquête auprès des habitants
Visibilité, atmosphère et adhésion

UNE ENQUÊTE INÉDITE AUPRÈS DE LA POPULATION LOCALE

Méthodologie de l'enquête habitants

1

UNE PREMIÈRE POUR LA LNR

C'est la première fois que la LNR souhaite interroger les habitants de la ville hôte de ses phases finales sur leur connaissance de l'évènement, leur perception et leur adhésion.

2

PASSATION

Les questionnaires ont été administrés pour l'essentiel au cours de la journée du samedi 20 juin 2026, jour de la seconde demi-finale par une équipe d'enquêteurs composée de membres du CDES et d'étudiants d'AMOS Marseille.

3

MODE D'ADMINISTRATION

Les entretiens ont été réalisés en face à face, de façon semi-directive et ont fait l'objet d'une saisie sur tablette. Les personnes ont été interrogées au hasard, sans sélection préalable ni quotas.

4

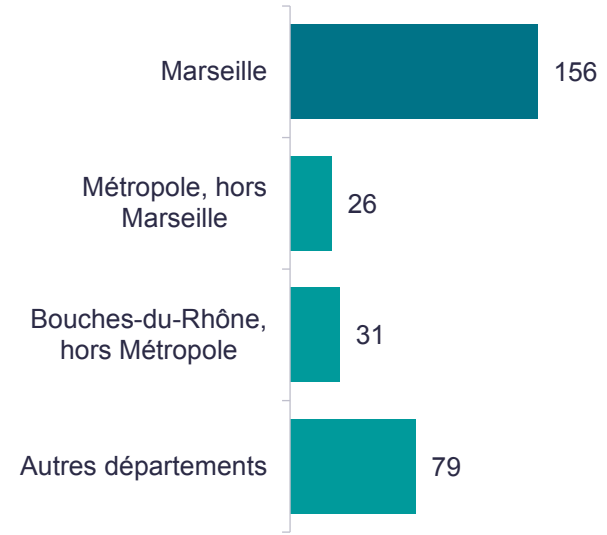
COUVERTURE GÉOGRAPHIQUE

Les enquêteurs ne se sont pas déployés dans toute la ville : parti du marché du Prado, les enquêteurs sont progressivement redescendus vers le Vieux-Port.

292

questionnaires complets recueillis

RÉPARTITION PAR LIEU DE RÉSIDENCE



PRÉCAUTIONS DE LECTURE

L'analyse porte sur les 156 Marseillais (53 % des répondants), seuls à avoir reçu été interrogés sur leur perception de l'évènement.

L'échantillon n'a pas fait l'objet de redressement : les résultats décrivent donc la perception des Marseillais rencontrés le jour de l'évènement, pas l'ensemble de la population marseillaise.

UN ÉVÈNEMENT BIEN ACCUEILLI PAR LES MARSEILLAIS

Connaissance de l'évènement, atmosphère locale, adhésion

53%

savaient que les demi-finales se déroulaient à Marseille

81%

ont jugé l'atmosphère dans la ville bonne ou très bonne

74%

sont favorables à l'accueil des demi-finales

67%

souhaitent que la Ville de Marseille accueille à nouveau l'évènement à l'avenir

34%

ont remarqué les décorations dans l'espace public

26%

ont remarqué ou suivi des animations mises en place en marge des demi-finales du TOP 14

12%

sont allés au Village Rugby

2%

se sont déclarées défavorables à l'accueil des demi-finales du TOP 14, essentiellement pour la congestion que cela produit

Base : 156 Marseillais (questions posées aux seuls résidents de Marseille).

03 · APPROPRIATION PAR LES HABITANTS

UN ÉVÈNEMENT ENCORE PEU VISIBLE DANS LA VILLE EN DEHORS DES POINTS NÉVRALGIQUES

Notoriété, décorations, animations et Village Rugby

47 %

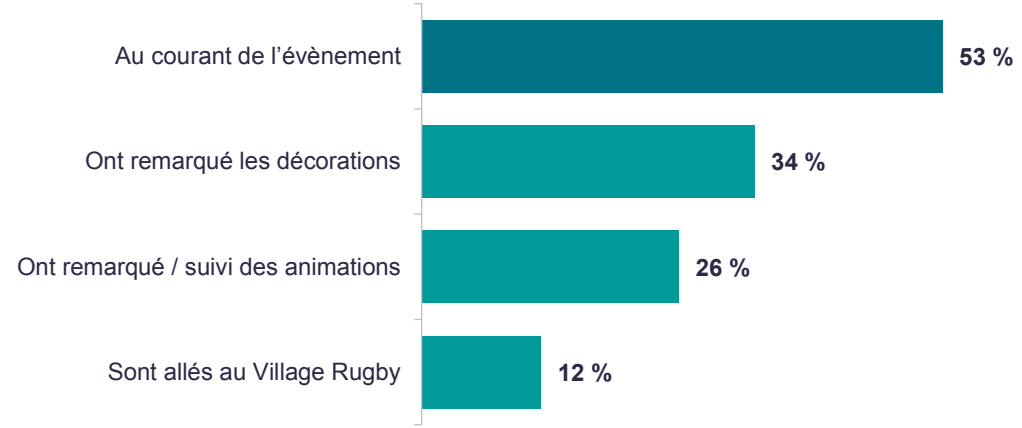
des Marseillais interrogés ignoraient que les demi-finales se déroulaient à Marseille

Parmi les Marseillais interrogés, un peu moins d'un sur deux savait que les demi-finales se déroulaient à Marseille. Parmi ceux qui l'ignoraient, seulement 29% auraient souhaité en être informés.

Seul un tiers a remarqué les décorations et un quart les animations. 46% ignoraient l'existence du Village Rugby, que seuls 12% ont fréquenté.

Néanmoins, les décorations sont appréciées par ceux qui les ont vues, mais près d'un sur deux estime qu'elles manquaient d'ampleur.

VISIBILITÉ DE L'ÉVÈNEMENT (% DES MARSEILLAIS INTERROGÉS)



APPRÉCIATION DES DÉCORATIONS (MARSEILLAIS LES AYANT REMARQUÉES, N = 53)



Base : 156 Marseillais.

UNE ATMOSPHÈRE APPRÉCIÉE PAR 8 MARSEILLAIS SUR 10

Perception de l'ambiance dans la ville

81 %

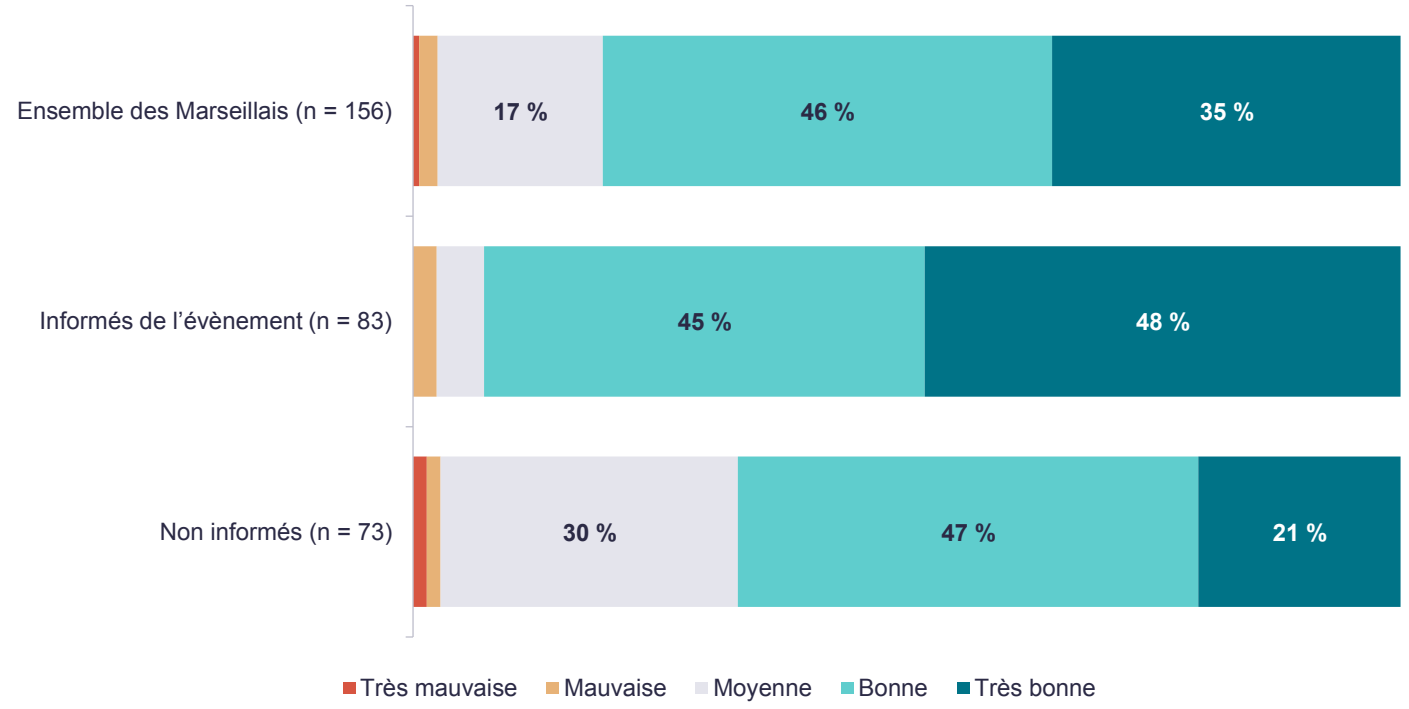
des Marseillais interrogés jugent l'atmosphère bonne ou très bonne à l'occasion des demi-finales du TOP 14

81% des Marseillais interrogés ont trouvé l'atmosphère bonne ou très bonne pendant l'évènement.

L'appréciation est nettement plus élevée chez les Marseillais informés de la tenue des demi-finales : 48% jugent l'ambiance très bonne, contre 21% chez les non-informés.

Les avis négatifs sont très peu nombreux (3%). Les réserves exprimées traduisent surtout une ambiance perçue comme neutre, plus rarement l'affluence ou des nuisances. Certains avis négatifs sont moins liés aux demi-finales du TOP 14 en tant que telles mais traduisent plus largement une lassitude quant à la politique évènementielle de la Ville de Marseille (trop d'évènements accueillis attirant trop de monde et générant trop d'animations).

ATMOSPHÈRE DANS LA VILLE PENDANT L'ÉVÈNEMENT



Base : 156 Marseillais.

74% DES MARSEILLAIS FAVORABLE À L'ACCUEIL DES DEMI-FINALES DU TOP 14

Adhésion à l'accueil des demi-finales du TOP 14

74 %
favorables à l'accueil

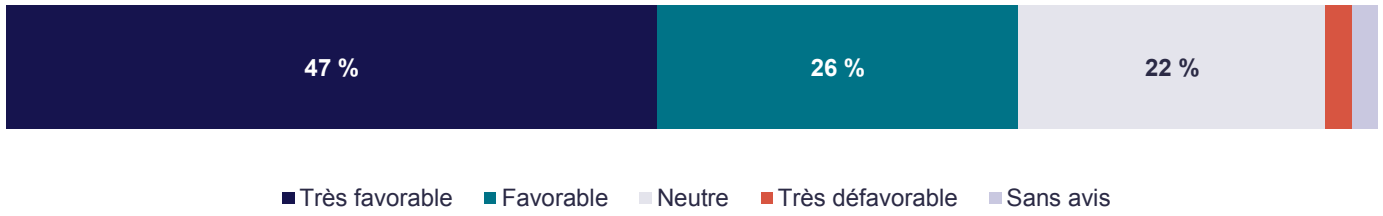
67 %
pour un nouvel accueil

Près des trois quarts des Marseillais interrogés sont favorables à l'accueil des demi-finales du TOP 14 avec près d'une personne sur deux (47%) se déclarant même très favorables.

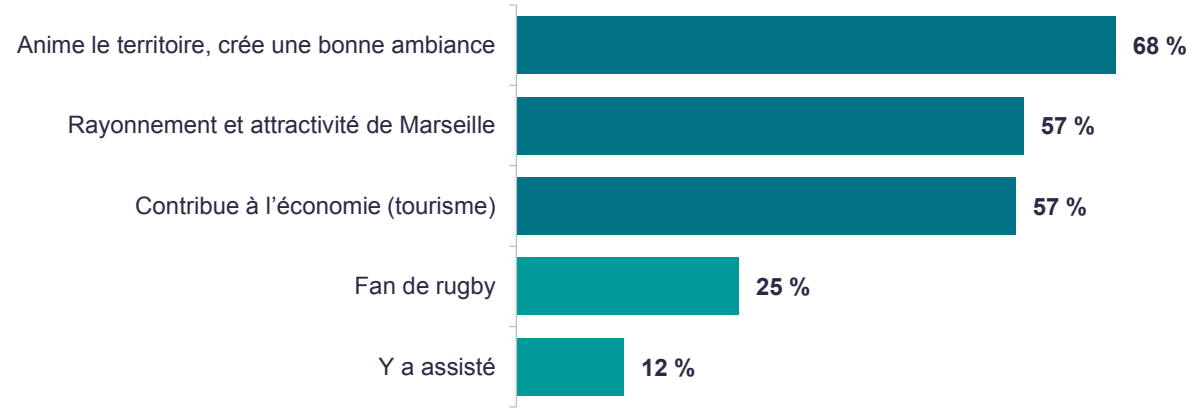
Les bénéfices perçus dépassent le seul intérêt pour le rugby : l'animation de la ville (68%), le rayonnement de Marseille (57%) et les retombées économiques (57%) sont cités bien avant la passion du rugby (25%).

67% des Marseillais interrogés souhaitent que Marseille accueille à nouveau l'évènement à l'avenir.

POSITION SUR L'ACCUEIL DES DEMI-FINALES À MARSEILLE



RAISONS CITÉES PAR LES FAVORABLES (N = 115, PLUSIEURS RÉPONSES)



Base : 156 Marseillais (questions posées aux seuls résidents de Marseille).

LA NOTORIÉTÉ, PREMIER LEVIER D'ADHÉSION

Marseillais informés et non informés de la tenue de l'évènement

+35 pts

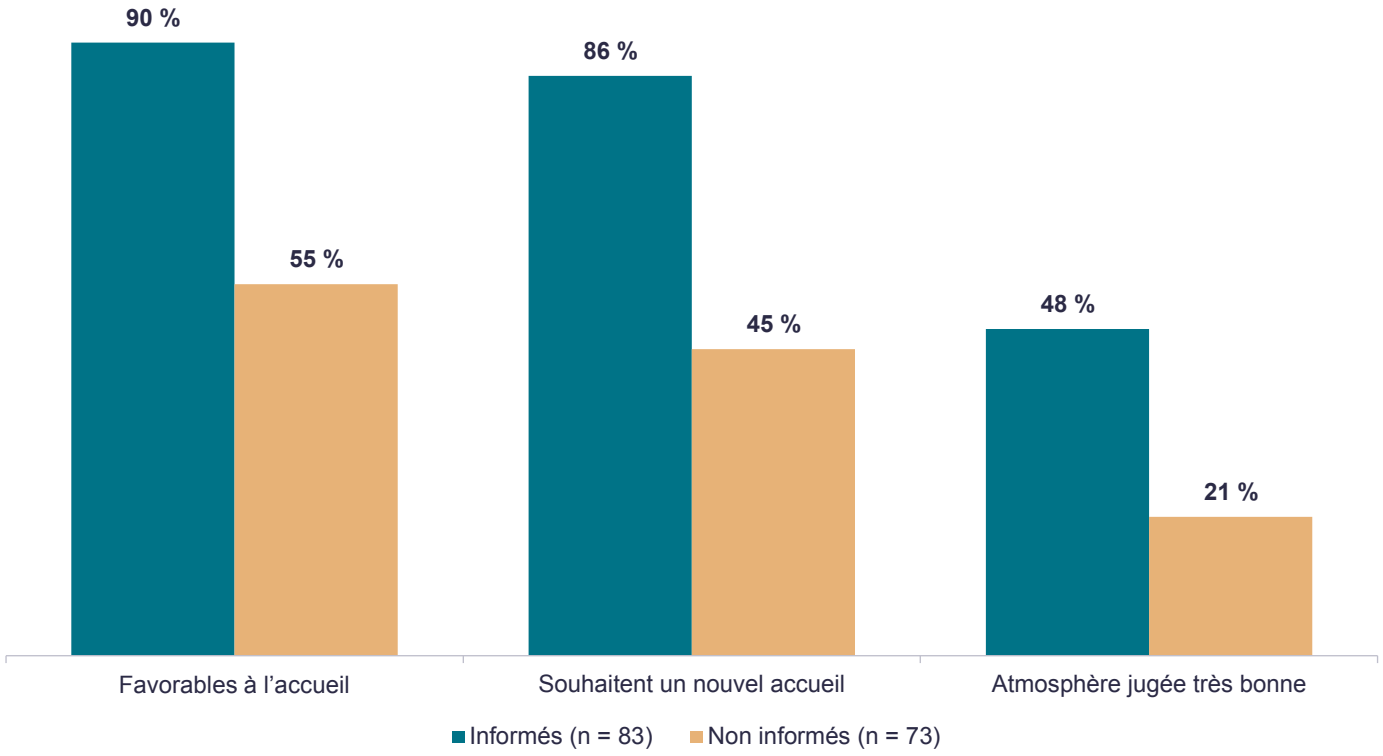
d'adhésion à l'accueil chez les Marseillais informés de l'évènement

Les Marseillais informés sont 90 % à être favorables à l'accueil, contre 55 % des non-informés, chez qui la neutralité domine plutôt que le rejet. Les écarts sont statistiquement significatifs.

PISTES POUR LA LNR ET LES TERRITOIRES HÔTES

- **Informer** les habitants en amont (affichage, boîtes aux lettres, médias locaux) : c'est la première attente exprimée (9 suggestions sur 17).
- **Mieux signaler** le Village Rugby et diffuser les animations au-delà du Vieux-Port
- **Améliorer** la desserte en transports en commun.

INDICATEURS SELON LA CONNAISSANCE PRÉALABLE DE L'ÉVÈNEMENT (%)



Base : 156 Marseillais (questions posées aux seuls résidents de Marseille). Tests du khi² : p < 0,001.



04

ANNEXE MÉTHODOLOGIQUE MÉTHODOLOGIQUE

Principes, territoire et temporalité
Mesure de l'impact organisation et visiteurs
Hypothèses de paniers (hospitalités, accrédités)

04 · MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE

CADRE D'INTERVENTION

IMPACT ÉCONOMIQUE

L'impact économique d'un évènement sportif se définit comme le surcroît de richesse qu'il génère sur un territoire donné. Il se mesure de façon contrefactuelle, en comparant l'économie avec et sans l'évènement : on raisonne en injection nette et non en chiffre d'affaires.

TERRITOIRE DE RÉFÉRENCE

L'impact n'a de sens qu'en référence à un territoire précisément délimité. Nous avons retenu la Métropole Aix-Marseille-Provence (92 communes), aire géographique économiquement intégrée qui regroupe les principaux facteurs de production et de distribution.

TEMPORALITÉ

L'étude évalue l'impact de court terme des demi-finales. Seule la période entourant l'évènement a été considérée, afin de ne retenir que les dépenses strictement liées au déroulement des rencontres des 19 et 20 juin 2026.

MODÈLE THÉORIQUE ET SOURCES D'INJECTIONS MONÉTAIRES LOCALES

Théorie de la base

dans sa version keynésienne : mesure des effets du choc externe de demande généré par l'évènement au profit d'acteurs domiciliés dans la Métropole

SOURCES D'INJECTIONS MONÉTAIRES

1

DÉPENSES D'ORGANISATION
Dépenses réalisées par la LNR et par l'exploitant de l'Orange Vélodrome pour organiser l'évènement.

2

DÉPENSES DES VISITEURS
Dépenses des visiteurs extérieurs au territoire venus dans l'objectif principal d'assister ou de contribuer aux demi-finales : spectateurs, délégations des équipes, officiels, prestataires, médias.

04 · MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE

COLLECTE DES DONNÉES

IMPACT ORGANISATION

- Données collectées auprès des équipes de la LNR en charge des phases finales (revenus et dépenses de l'évènement).
- Données collectées auprès de l'exploitant de l'Orange Vélodrome, qui a contribué à l'organisation.

IMPACT VISITEURS

- Données d'affluence des deux rencontres (billets unitaires, packs deux matchs) et répartition par catégorie de spectateurs transmises par la LNR.
- Dépenses des spectateurs évaluées par des questionnaires administrés sur site et en ligne : 2 799 réponses utiles.
- Hypothèses de paniers pour les spectateurs d'hospitalités et les accrédités, fondées sur des données d'observation touristique (Office de tourisme de Marseille, Provence Tourisme) ; données transmises par les clubs.

APPROPRIATION LOCALE

- Données collectées par des enquêteurs déployés dans le centre de Marseille le samedi 20 juin 2026.
- 292 questionnaires complets dont 156 questionnaires de résidents Marseillais.

MODALITÉS DE CALCUL DE L'IMPACT

1

IMPACT PRIMAIRE

Stimulation de l'économie territoriale résultant du choc de demande initial : achats de biens et services pour l'organisation, dépenses des visiteurs extérieurs.

2

MULTIPLICATEUR

L'impact total s'obtient par l'application d'un multiplicateur de dépenses (Wilson) à l'impact primaire, d'où la nécessité d'évaluer ce dernier de façon extrêmement rigoureuse.

3

IMPACT SECONDAIRE

Activité complémentaire liée à la propagation de l'injection initiale entre agents du territoire (effets indirects et induits) : différence entre impact total et impact primaire.

04 · MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE

ÉVALUATION DE L'IMPACT PRIMAIRE « ORGANISATION »

L'impact primaire organisation mesure la capacité des organisateurs à attirer des revenus extérieurs au territoire et leur propension à les dépenser localement. La LNR et MARS 360, exploitant de l'Orange Vélodrome, collectent des revenus externes (billetterie, hospitalités) et font appel à des prestataires et fournisseurs (restauration, sécurité privée, production audiovisuelle, hôtes et hôtesses, etc.).

1

IDENTIFICATION DES ENTITÉS
Parties prenantes de l'organisation

2

IDENTIFICATION DES DÉPENSES
Dépenses totales, locales / externes

3

MESURE DE LA DÉPENSE LOCALE
Injection brute : dépenses locales financées par des revenus externes

4

NEUTRALISATION DES FINANCEMENTS INTERNES
Injection nette = injection brute − fuites

Effet de substitution : les financements locaux sont neutralisés, car ils auraient été dépensés ailleurs dans l'économie locale.
Fuites : les dépenses externes financées par des revenus locaux sont déduites.

04 · MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE

ÉVALUATION DE L'IMPACT PRIMAIRE « SPECTATEURS »



① **No-show :** billets comptabilisés mais spectateurs absents.

② **Résidents** : dépenses exclues au titre de l'effet de substitution.

③ **Occasionnels** : visiteurs présents pour d'autres motifs (famille, travail, vacances), exclus au titre de l'effet d'opportunité.

④ **Double compte** : les dépenses intégrées aux comptes de l'évènement (restauration, boutique) sont déduites.

ÉVALUATION DE L'IMPACT PRIMAIRE SPECTATEURS « HOSPITALITÉS »

Poste	Résident hors Bouches-du-Rhône (séjour 2 nuits)	Résident du 13 hors Métropole (2 matchs)	Fondement
Hébergement 3* et plus	320 €	0 €	Chambre environ 160 €/nuit
Restauration en ville	150 €	75 €	2 repas haut de gamme avec vin à 75 €
Taxi / VTC	50 €	30 €	Transferts gare/aéroport, allers-retours à l'Orange Vélodrome
Tourisme divers	60 €	0 €	Shopping, visites
TOTAL	**580 €**	**105 €**	

Sources : Office de tourisme de Marseille (bilan été 2026, MKG), packs hôtel + billets demi-finales 2026, Gault&Millau 2026, étude EY Coupe du Monde de Rugby 2023.

ÉVALUATION DE L'IMPACT PRIMAIRE « ACCRÉDITÉS »

Catégorie	Effectif total	Non locaux	Dépenses moyennes	Dépenses totales
Médias et production TV	381	308	590 €	181,5 k€
Organisation et institutionnels	103	41	650 €	26,7 k€
Sécurité privée et incendie	1 215	102	150 €	15,3 k€
Partenaires et activations	247	73	150 €	10,9 k€
Exploitation, technique, logistique	315	61	150 €	9,1 k€
Restauration & Buvettes	1 647	33	150 €	4,9 k€
Sécurité publique, secours et santé	225	22	150 €	3,3 k€
Accueil & hospitalités	857	0	-	-
Bénévoles	260	0	-	-
TOTAL	**5 250**	**639**	**-**	**251,7 k€**



05

LE CDES : QUI SOMMES-NOUS ? NOUS ?

Un ancrage universitaire et un engagement auprès du secteur du sport
Références en études économiques

UN ANCRAGE UNIVERSITAIRE, UNE IMMERSION CONSTANTE DANS LE SECTEUR « SPORT »

LE CDES

« Un ancrage universitaire et un engagement auprès du secteur du sport »

Par le profil de nos membres et nos nombreuses missions d'accompagnement d'acteurs du mouvement sportif, nous possédons une équipe complémentaire et pluridisciplinaire, habituée à travailler avec le monde fédéral et disposant d'une expérience importante dans la réalisation de questionnaires et l'analyse des politiques sportives.

Depuis sa création en 1978, les travaux du Centre de Droit et d'Économie du Sport s'inscrivent dans une approche résolument pluridisciplinaire qui en fait toute son originalité et toute sa force.
S'attachant à concilier rigueur universitaire et immersion dans la réalité quotidienne du sport, il a développé de nombreuses activités : l'Expertise, la Formation et des Publications, qui en font une véritable référence dans le secteur Sport.

- Connaissance fine du secteur sport et de ses acteurs institutionnels.
- Forte expertise dans l'analyse territoriale du sport.
- Regard original et unique sur les questions sportives grâce à une approche pluridisciplinaire et à un ancrage universitaire.

05 · LE CDES : NOS CLIENTS

ILS NOUS FONT CONFIANCE

MOUVEMENT SPORTIF FRANÇAIS

MOUVEMENT SPORTIF INTERNATIONAL

ENTREPRISES PRIVÉES

ADMINISTRATION PUBLIQUE ET COLLECTIVITÉS TERRITORIALES

ÉTUDE RÉALISÉE PAR LE CDES
POUR LA LIGUE NATIONALE DE RUGBY

CONTACTS

Christophe Lepetit — lepetit@cdes.fr

Catherine Mounet-Péricard — mounet-pericard@cdes.fr

CDES ÉTUDES ÉCONOMIQUES

+33 (0)5 55 45 76 00
contact@cdes.fr · www.cdes.fr
13, rue Bernardaud · 87100 Limoges

CRÉDITS PHOTOS

LNR / Valentin Antonini

LNR / Tristan Brimbeuf @Tristant.prod