



KANTAR MEDIA

MKTG



ÉTUDE SUR L'IMPACT  
ÉCONOMIQUE, MÉDIATIQUE,  
ENVIRONNEMENTAL ET  
SOCIAL DE LA RYDER CUP 2018  
**SYNTHÈSE DE L'ÉTUDE À L'ÉCHELLE LOCALE**



MINISTÈRE  
DES SPORTS

ffgolf®



## TABLE DES MATIÈRES

<b>INTRODUCTION</b> .....	3
<b>VOLET MÉDIATIQUE</b> .....	5
<b>A. RÉSULTATS DE L'ÉTUDE DE MÉDIATISATION</b> .....	5
1. Périmètre France .....	5
2. Périmètre international .....	7
<b>B. RÉSULTATS DE L'ÉTUDE DE VISIBILITÉ</b> .....	7
<b>VOLET ÉCONOMIQUE</b> .....	9
<b>A. MÉTHODOLOGIE</b> .....	9
1. Modèle théorique .....	9
2. Collecte de données .....	10
<b>B. IMPACT ÉCONOMIQUE LOCAL DE LA RYDER CUP</b> .....	10
1. Impact primaire .....	11
2. Impact secondaire et total .....	12
<b>VOLET SOCIAL</b> .....	14
<b>A. CADRE ET MÉTHODOLOGIE DU VOLET SOCIAL DE L'ÉTUDE</b> .....	14
1. Proposition de définition du concept d'impact social et caractérisation en trois axes .....	14
2. Schéma de synthèse théorique et méthodologique .....	15
<b>B. IMPACT TERRITORIAL À L'ÉCHELLE DE SAINT-QUENTIN-EN-YVELINES</b> .....	16
1. Animation du territoire et cohésion sociale .....	16
2. Notoriété, promotion et attractivité du territoire .....	17

## INTRODUCTION

La Ryder Cup est le plus grand événement de golf au monde. Il s'agit d'une compétition par équipe qui oppose tous les deux ans une sélection de joueurs américains à une sélection de joueurs européens. Elle est disputée alternativement sur des parcours de chaque continent. L'événement est particulièrement prestigieux et sa renommée dépasse largement les frontières du milieu du golf. La forte fréquentation, un nombre très important de téléspectateurs et l'étendue de la couverture médiatique incitent certains observateurs à classer la compétition dans la catégorie des « méga-événements » sportifs. L'édition 2014 organisée en Écosse a réuni 250 000 spectateurs et a été diffusée dans 185 pays<sup>1</sup>. Il s'agit en outre du seul événement sportif majeur qui comporte « une équipe d'Europe » représentée par le drapeau européen. Ce modèle sportif unique au niveau mondial permet de faire la promotion de l'Europe et de son territoire et de ses valeurs.

La Ryder Cup 2018, 42ème édition de la compétition, est organisée en France pour la première fois et sur le continent européen pour la deuxième fois après l'édition 1999 en Andalousie. Le parcours du Golf National à Saint-Quentin-en-Yvelines, accueille l'événement à la suite de la validation de la candidature présentée par la Fédération Française de Golf (FFGolf) en 2011. Cette édition se solde par une large victoire de l'équipe européenne 17 ½ à 10 ½, à l'encontre des pronostics de l'ensemble des observateurs.

Ryder Cup Europe, société basée en Grande-Bretagne, détient les droits de la version européenne de la compétition et se charge de la commercialisation des billets, de la communication internationale et de la direction sportive. L'entité est également responsable de la livraison de l'événement et en particulier des opérations sur site. Les opérations hors site, comme le transport des différentes populations, sont gérées en partenariat avec la FFGolf. De plus, la FFGolf a piloté le plan de rénovation du Golf National, promesse clé du dossier de candidature français. D'autres entités sont également parties prenantes dans l'organisation de l'événement, telles que la Communauté d'Agglomération de Saint-Quentin-en-Yvelines, en tant que territoire hôte, ou l'État français, pour la sécurisation de l'espace public aux alentours du site de compétition par exemple.

En tant que plus grand événement de golf mondial, la tenue de la Ryder Cup en France est un moment historique pour la FFGolf et l'ensemble de la communauté golfique de l'Hexagone. C'est une fenêtre d'exposition unique pour ce sport et cette fédération, la septième en France en nombre de licenciés parmi l'ensemble des fédérations olympiques<sup>2</sup>. Le trophée est également l'événement sportif majeur organisé en France pour l'année 2018 et revêt donc un enjeu capital pour l'État français et la Région Île-de-France, les deux principaux contributeurs publics à l'organisation d'un point de vue financier. Ces deux acteurs ont affirmé leur **volonté d'utiliser l'accueil de grands événements sportifs internationaux (GESI) comme moteur de développement**, et cette stratégie s'exprime pleinement dans le soutien qu'ils ont apporté récemment à l'organisation du Championnat d'Europe de football en 2016 ou du Championnat

<sup>1</sup> *The Ryder Cup 2014 - Economic Impact and Benefit Study*, Richard Coleman et Girish Ramchandani, Sport Industry Research Centre, Sheffield Hallam University, 2015

<sup>2</sup> *Les chiffres clés du sport*, Ministère des Sports et Institut National Jeunesse et de l'Éducation Populaire, Mars 2017

du Monde de handball en 2017, dans le but d'instaurer une dynamique vertueuse menant jusqu'aux Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024. Des moyens importants sont investis au titre de cette stratégie, afin notamment de construire, rénover et entretenir des infrastructures sportives aux plus hauts standards internationaux, ou de garantir la sécurité des spectateurs. La France s'est également dotée d'une fiscalité incitative<sup>3</sup> pour développer l'accueil de GESI.

**Ces investissements appellent des retombées significatives, notamment d'un point de vue économique.** Cette préoccupation est au cœur de la stratégie française, c'est pourquoi l'observatoire de l'économie du sport du Ministère des Sports et le Ministère des Sports, accompagnés de la région Île-de-France et la Fédération Française de Golf (FFGolf), ont commandité une étude de l'impact de la Ryder Cup 2018. Confiée à un consortium composé du cabinet MKTG, du Centre de Droit et d'Économie du Sport (CDES) de Limoges, du cabinet EVEA et du cabinet Kantar Media, celle-ci comporte plusieurs volets :

- Un volet économique ;
- Un volet médiatique ;
- Un volet environnemental ;
- Un volet social.

Cette étude a été menée sous la direction d'un comité de pilotage regroupant les commanditaires de l'étude, des experts et parties prenantes de l'organisation et les membres du consortium mandataire.

Ce document présente une synthèse de l'étude à l'échelle locale pour le volet médiatique, le volet économique et le volet social. **Le volet environnemental n'est pas intégré ici** car la distinction d'échelle territoriale n'est pas pertinente en ce qui le concerne. Le bilan du volet environnemental est **disponible dans la synthèse de l'étude à l'échelle nationale**.

---

<sup>3</sup> Décret n°2015-910 du 23 juillet 2015 fixant la liste des compétitions sportives internationales organisées en France bénéficiaires du régime fiscal prévu à l'article 1655 septies du code général des impôts.

## VOLET MÉDIATIQUE

La mesure de l'impact médiatique s'articule autour de deux études. La première communément appelée « bilan de médiatisation », rend compte de l'ensemble des retombées des citations et mentions du sujet (ou mot-clé) surveillé auprès d'un vaste périmètre média (5 750 supports de presse, 1 500 sites internet, 142 radios et enfin 112 chaînes de télévision). Ces retombées de médiatisation sont valorisées financièrement selon le principe suivant :

- Le sujet surveillé apparaît dans le **titre** d'un article (presse/internet ou le sujet TV, radio), nous considérons que celui-ci lui est **dédié**. La totalité de l'article/sujet est valorisée au regard des tarifs publicitaires associés du support média en question, pondérés par l'espace de l'article/sujet ;
- Si le sujet n'est **pas cité dans le titre**, seule la surface occupée par le mot-clé surveillé dans l'article/sujet est valorisée financièrement.

L'autre étude mise en place analyse quant à elle les « **retombées de visibilité** » des sujets à rechercher. Ainsi nous visionnons les vidéos (télévision et réseaux sociaux) et les photos (internet et réseaux sociaux) et récupérons également les citations/mentions dans les programmes surveillés à la télévision, radio, internet et réseaux sociaux. Les retombées de visibilité proviennent d'un périmètre média beaucoup plus concentré (principales chaînes de TV dont diffuseurs de la compétition, inchangé pour la radio et internet). La valorisation financière de ces retombées est réalisée au regard de la durée de visibilité des éléments recherchés en télévision et radio, de la surface occupée pour internet et les réseaux sociaux, mis en rapport avec les tarifs publicitaires des supports média concernés.

La période de surveillance pour les deux études s'étend du 15 septembre 2018 au 15 octobre 2018.

Une dimension internationale a également été apportée à cette étude, en analysant le volume, la surface et l'équivalent financier correspondant à l'exposition du sujet dans les retransmissions TV des programmes dédiés à la Ryder Cup à l'étranger (extrapolation des résultats relevés en France sur la base de la couverture internationale), dans des articles publiés à l'international au sujet de la Ryder Cup (sur une base de plus de 60 000 sites internet) ainsi que sur les réseaux sociaux.

### A. RÉSULTATS DE L'ÉTUDE DE MÉDIATISATION

#### 1. Périmètre France

**Le sujet de recherche « Saint-Quentin-en-Yvelines » a été cité dans 41% des retombées liées à la Ryder Cup pour une valorisation financière équivalente à 6,4 millions d'euros bruts.**

Nous avons relevé le mot « Saint-Quentin-en-Yvelines » dans 5 180 sujets/articles plurimédias pendant la période surveillée. La valorisation financière totale de ces retombées est de 6,4 millions d'euros bruts. 83% du volume de retombées est enregistré entre le 24 septembre et le 03 octobre, 62% pendant la Ryder Cup (entre la veille et le lendemain de la compétition – 27 septembre au 1<sup>er</sup> octobre).

450 supports médias différents ont dans leurs sujets/articles évoqué « Saint-Quentin-en-Yvelines » en lien avec la Ryder Cup. **La presse concentre à elle seule 44% du volume total des retombées, 41% pour la presse**, contre 9% et 6% respectivement pour la radio et la télévision.

Si l'on met bout-à-bout les durées et les surfaces occupées par les retombées du mot-clé « Saint-Quentin-en-Yvelines », nous dénombrons 125 et 99 pages en presse et sur internet, 6 heures et 20 minutes en radio et 5 heures et 29 minutes en télévision.

18% des retombées sont considérées comme « dédiées » (présence du mot-clé de recherche « Saint-Quentin-en-Yvelines » dans le titre), ce que nous considérons comme impactant. Le 28 septembre est la journée ayant généré le plus de retombées dédiées en volume. 54% des citations de « Saint-Quentin-en-Yvelines » dans les titres de sujets interviennent entre le 28 et le 30 septembre. La presse est le média générant le plus de mentions de la ville hôte dans les titres (38%), suivi de la radio (32%), de la télévision (19%) et du web (10%).

En volume de retombées, les supports médias les plus contributeurs de la médiatisation du mot-clé « Saint-Quentin-en-Yvelines » sont :

- Pour la télévision : les chaînes du **groupe Canal Plus** qui détient les droits de retransmission de la Ryder Cup composent 27% de la durée totale de médiatisation de « Saint-Quentin-en-Yvelines », principalement sur Infosport+ et CNews, (soit 1 heure et 27 minutes). La durée moyenne par sujet TV intégrant le mot « Saint-Quentin-en-Yvelines » est de 1 minute et 3 secondes (base sur l'ensemble des retombées TV). À noter le poids non négligeable de la chaîne France 3 Paris-IDF qui a généré un peu plus de 37 minutes de médiatisation pour « Saint-Quentin-en-Yvelines » (11% du total TV).
- Pour la presse : 13 supports de Presse Quotidienne Régionale composent 62% du nombre de retombées total. Des supports puissants en termes d'audience et de diffusions ont donné à la compétition (et par extension au sujet de la recherche) une dimension nationale. **Le Dauphiné Libéré, Sud-Ouest, Le Progrès ou encore La Montagne** sont les supports qui ont le plus fortement contribué aux résultats totaux. En moyenne, la surface d'une retombée presse est de 0,05% d'une page.
- Pour internet : Yahoo! et maville.com sont les sites qui ont le plus largement distillé des articles avec le mot « Saint-Quentin-en-Yvelines » en lien avec la Ryder Cup. Les sites dédiés au sport en général comme celui d'**Eurosport, de L'Équipe ou du Figaro (Sport24.lefigaro.fr)** sont dans le Top 15 des sites les plus contributeurs en volume. En moyenne, la surface d'une retombée internet est de 0,08% d'une page écran.
- Pour la radio : la durée moyenne d'un sujet est de 51 secondes. **Les stations généralistes ou d'information du groupe Radio France** assurent 65% de la durée de médiatisation totale pour « Saint-Quentin-en-Yvelines » et 29% de la valorisation financière totale. Ce sont les radios généralistes privées, de par leur puissance, qui amènent 67% de la valorisation financière totale radio.

## 2. Périmètre international

À la télévision, plus de 13 360 heures de programmes dédiés à la Ryder Cup 2018 (directs, différés, rediffusions, magazines ou *highlights*) ont été retransmis dans le monde entre le 15 septembre et le 15 octobre. 65% de la valorisation vient des USA, grâce aux audiences fortes mesurées sur les principales chaînes retransmettant l'événement, à savoir Golf Channel et NBC. La médiatisation de « Île-de-France » est de 36 heures pour une valorisation financière équivalente à 1 million d'euros bruts.

« Saint-Quentin-en-Yvelines » a bénéficié de près de 3 heures de médiatisation en télévision à l'étranger. Cette médiatisation du territoire hôte de la Ryder Cup « Saint-Quentin-en-Yvelines » présente un équivalent financier brut de 86 K€.

**Valorisation financière totale (France + international) = 6,5 millions d'euros bruts**

## B. RÉSULTATS DE L'ÉTUDE DE VISIBILITÉ

**L'ensemble des retombées de visibilité plurimédias du mot « Saint-Quentin-en-Yvelines » bénéficie d'une valorisation financière brute de 1 million d'euros (France + international).**

Le périmètre de surveillance qui a été mis en place intègre pour la télévision, internet et les réseaux sociaux une dimension internationale.

En matière de répartition média, **la télévision comptabilise 60% de la valorisation totale du sujet mesuré**, 28% pour la radio, 11% pour internet et enfin 1% pour les réseaux sociaux.

En télévision, un peu plus de 45 minutes de visibilité ont été relevées sur les chaînes françaises (citations de « Saint-Quentin-en-Yvelines » exclusivement, aucun autre support de visibilité n'ayant en effet permis d'exposer la région). Dans le même temps, les chaînes de télévision étrangères ont produit 3 heures de visibilité pour l'objet de notre recherche. Plus de 118 pays ont diffusé la Ryder Cup, assurant ainsi à « Saint-Quentin-en-Yvelines » un fort rayonnement international. Grâce aux chaînes de télévision panafricaines et panarabes (Supersport 2 par exemple qui couvre 51 pays en Afrique), **la région « Afrique & Moyen Orient » réunit à elle seule 60% de la visibilité de « Saint-Quentin-en-Yvelines » à la télévision**, 17% pour l'Amérique du Sud (Golf Channel est diffusée dans toute l'Amérique). Quant à l'Europe, elle englobe 15% de la durée totale de la visibilité pour « Saint-Quentin-en-Yvelines ».

Concernant les retombées de visibilité sur internet, plus de 73 600 articles relatifs à la Ryder Cup ont été relevés, dans 126 pays. Dans 8% de ces articles le mot « Saint-Quentin-en-Yvelines » a été retrouvé (soit dans 5 844 articles). Les mentions ont été la seule source de visibilité pour la région, aucune exposition en images n'ayant été relevée. 1 101 sites internet différents ont contribué à la visibilité de « Saint-Quentin-en-Yvelines ». 60% des retombées proviennent des USA. Les USA et la France interviennent pour 82% de la valorisation financière qui s'élève à 112 K€ bruts.

Lors de la période surveillée, nous avons dénombré 257 000 *posts* publiés sur les réseaux sociaux en lien avec la Ryder Cup. « Saint-Quentin-en-Yvelines » a été intégré dans 959 *posts* (sous forme



KANTAR MEDIA



de mentions ou est apparu sur des photos/vidéos), soit dans 4% du volume total de *posts* liés à la compétition. Ces *posts* ont généré un peu plus de 79 000 interactions (*like, comment, share, view...*) et présentent une valorisation financière brute faible (un peu plus de 3 K€), avec une partie majeure du contenu provenant de Twitter. La part de l'image dans les retombées de visibilité sur les réseaux sociaux est de 29% contre 71% pour les mentions, l'exposition en images de la ville hôte ayant été boostée par une activation forte des comptes de la ville.



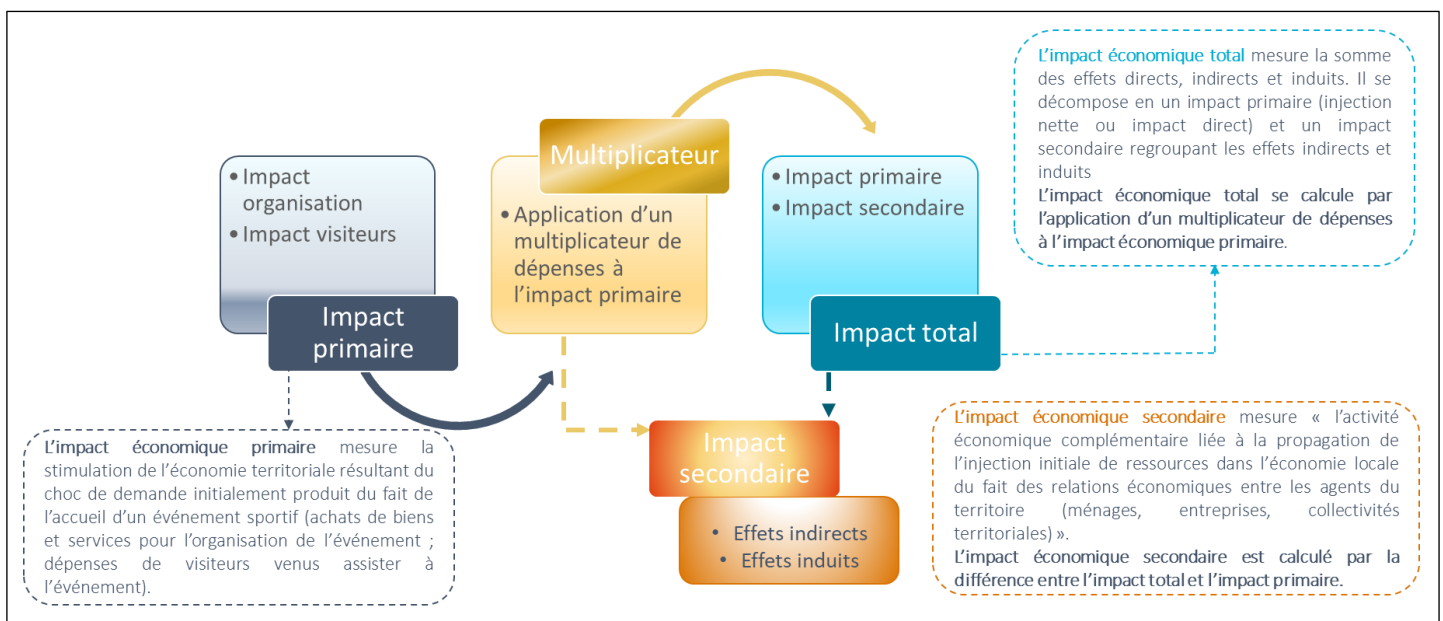
# VOLET ÉCONOMIQUE

## A. MÉTHODOLOGIE

Pour mener à bien l'évaluation de l'impact économique de la Ryder Cup, nous avons repris la méthodologie employée dans l'étude menée à l'occasion de l'UEFA EURO 2016, elle-même alignée sur les préconisations de la Direction Générale des Entreprises (DGE)<sup>4</sup>.

### 1. Modèle théorique

Afin de mesurer l'impact économique national de la Ryder Cup, nous avons adopté le modèle keynésien. Le principe d'un tel modèle suppose de mesurer l'accroissement net de richesse généré par un choc externe de demande au sein d'un territoire donné. Les dépenses engendrées par les différents acteurs produisent ainsi une première stimulation de l'économie du territoire (que l'on qualifie d'impact primaire), laquelle génère par effet multiplicateur des effets indirects et induits (lesquels constituent l'impact secondaire).



*Schéma 1. Synthèse du calcul de l'impact économique d'un GESI*

L'évaluation de l'impact économique d'un événement sportif suppose d'être extrêmement rigoureux sur le plan méthodologique afin d'éviter les erreurs trop souvent observées dans ce type d'étude et qui conduisent à une surestimation parfois considérable. Ces erreurs tournent autour de trois points principaux :

- La **non prise en compte des effets de substitution**, c'est-à-dire des dépenses d'acteurs locaux qui auraient été réalisées même si l'évènement n'avait pas été accueilli et qui, par conséquent, ne créent pas de richesse additionnelle ;

<sup>4</sup> La mesure de l'impact économique d'un événement touristique, Direction Générale des Entreprises, Réédition 2014

- La **non prise en compte de l'effet d'éviction**, c'est-à-dire des dépenses non-réalisées par des visiteurs dissuadés de venir par crainte des nuisances produites par l'évènement ;
- La **valeur du multiplicateur** permettant de mesurer l'impact secondaire.

## 2. Collecte de données

Une attention particulière a été portée à la collecte de données de qualité, permettant une évaluation robuste de l'impact primaire de la Ryder Cup. Sur ce point, il convient de souligner la collaboration efficace avec les différentes parties prenantes et en particulier avec Ryder Cup Europe et avec la Fédération Française de Golf.

Sur le plan des dépenses d'organisation, la collaboration des équipes de la FFGolf et de Ryder Cup Europe nous a ainsi permis d'évaluer précisément l'impact économique primaire :

- **Ryder Cup Europe**, détenteur des droits et organisateur de l'évènement, nous a mis à disposition l'ensemble des éléments comptables nécessaires à la réalisation de l'étude d'impact économique et notamment le détail et la provenance de ses revenus mais également le détail et la provenance de ses dépenses. Tout juste pourra-t-on regretter un manque de précision au niveau des informations transmises concernant les dépenses réalisées à Saint-Quentin-en-Yvelines, rendant l'analyse locale moins robuste que les analyses nationale et régionale ;
- **La FFGolf** nous a transmis l'ensemble des éléments étant à sa disposition qui étaient nécessaires à la réalisation de l'étude (dépenses d'organisation, d'animation ou encore de rénovation du Golf National de Saint-Quentin-en-Yvelines). Elle a par ailleurs joué un rôle d'intermédiaire extrêmement précieux avec les équipes de Ryder Cup Europe.

Sur le plan des dépenses touristiques des visiteurs venus à Saint-Quentin-en-Yvelines dans le but spécifique d'assister à la Ryder Cup, nous avons également pu bénéficier d'une information de grande qualité grâce au concours de Ryder Cup Europe qui a relayé activement les questionnaires électroniques que nous avons établis :

- **Un questionnaire à l'attention des spectateurs** (grand public et hospitalités) qui a été adressé à l'ensemble des clients ayant acquis au moins un billet pour assister à l'une des journées de l'évènement (jours d'entraînement et/ou jours de compétition). Au total, nous avons obtenu **13 928 réponses utiles** ;
- Un questionnaire à l'attention des volontaires ayant contribué à l'organisation de l'évènement. Au total **503 réponses utiles** (sur un total de 1 300 volontaires, soit un taux de retour de près de 40%) ont pu être collectées.

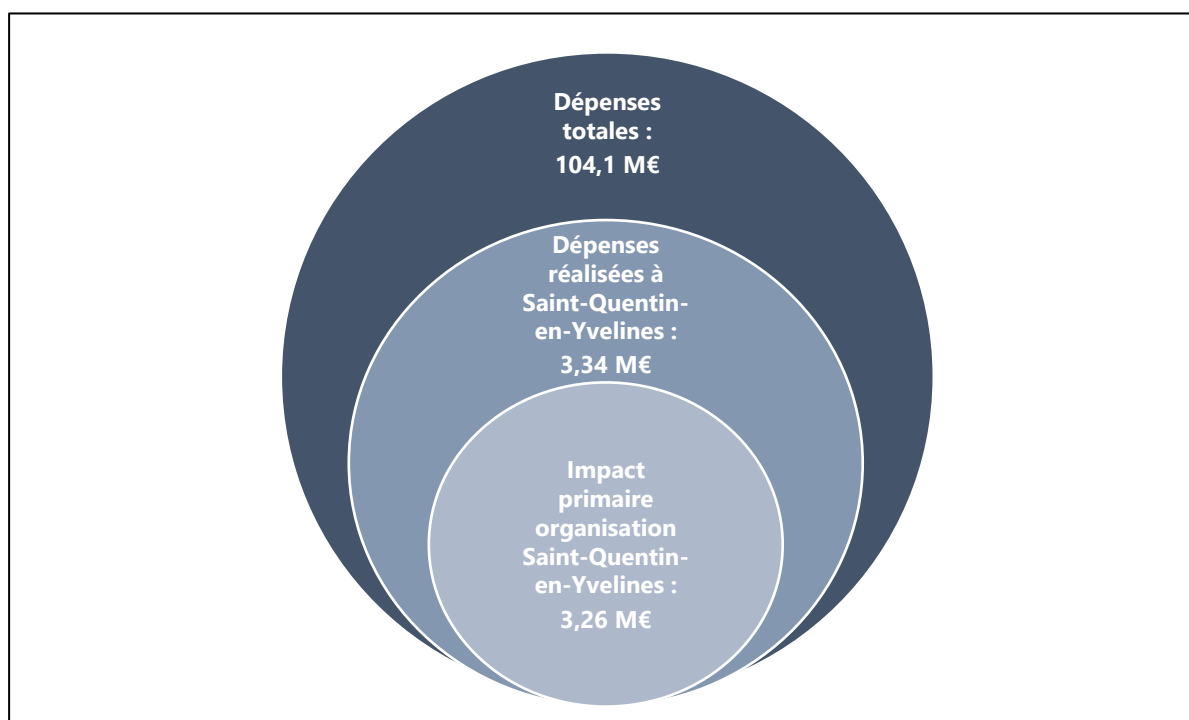
## B. IMPACT ÉCONOMIQUE LOCAL DE LA RYDER CUP

Cette partie constitue un résumé des principaux résultats de l'étude d'impact économique de la Ryder Cup au niveau de la communauté d'agglomération de Saint-Quentin-en-Yvelines.

## 1. Impact primaire

### a. Dépenses d'organisation

L'impact économique primaire lié à l'organisation de la Ryder Cup – c'est-à-dire les dépenses réalisées à Saint-Quentin-en-Yvelines par les différentes parties prenantes ayant été financées grâce à des revenus externes au territoire francilien – s'établit à 3,26 millions d'euros. Il provient de Ryder Cup Europe (2,48 M€) d'une part, et de la FFGolf (0,78 M€) d'autre part.



*Schéma 2. Synthèse de l'impact primaire lié à l'organisation sur le territoire français*

### b. Dépenses des visiteurs

Les visiteurs venus à Saint-Quentin-en-Yvelines à l'occasion de la Ryder Cup ont été répartis en trois catégories : les spectateurs – eux-mêmes divisés entre le grand public et les VIP – les volontaires et les autres populations accréditées (prestataires, médias, partenaires, etc.).

Compte tenu des observations de notre équipe concernant l'organisation de l'évènement et le modèle très centralisé d'organisation au niveau de Ryder Cup Europe avec le recours à de nombreux prestataires étrangers, deux hypothèses de travail ont été formulées afin de mesurer l'impact de l'évènement :

- **Une hypothèse haute** qui ne prend en considération ni les dépenses d'achat de billets – dans la mesure où il s'agit d'un revenu de Ryder Cup Europe ayant contribué à financer les dépenses d'organisation de l'évènement – ni les dépenses de transport pour venir en France lorsqu'elles ne sont pas adressées à des acteurs français ;
- **Une hypothèse basse** qui reprend la première en excluant de surcroît les dépenses de restauration effectuées sur le site du Golf National dans la mesure où elles sont certes

réalisées à Saint-Quentin-en-Yvelines mais bénéficient très largement à des acteurs étrangers du fait de l'identité des prestataires retenus (essentiellement étrangers).

Les paniers moyens de dépenses des spectateurs (grand public et VIP) issus de l'enquête que nous avons menée et retenus pour le calcul de l'impact sont les suivants.

		Panier moyen de dépenses par jour	
		Hypothèse haute	Hypothèse basse
Grand public	Canada et États-Unis	130,46 €	123,46 €
	Royaume-Uni	124,55 €	108,59 €
	Autres pays (hors France)	155,54 €	139,82 €
	France (hors Ile-de-France)	104,26 €	91,27 €
	Ile-de-France (hors Saint-Quentin-en-Yvelines)	92,31 €	65,61 €
VIP	Tous spectateurs	226,72 €	210,14 €

*Tableau 1. Paniers moyens pour les différentes populations en fonction de l'origine des visiteurs*

Sur ces bases, l'impact touristique primaire local résultant de l'organisation de la Ryder Cup s'établit entre 11,9 et 14,1 millions d'euros et se répartit de la façon suivante entre les différentes catégories de visiteurs.

	Hypothèse basse (M€)	Hypothèse haute (M€)
Spectateurs grand public	6,1	7,3
Spectateurs hospitalités	3,2	3,4
Volontaires	0,3	0,3
Autres populations accréditées	2,4	3,1
Total	11,9	14,1

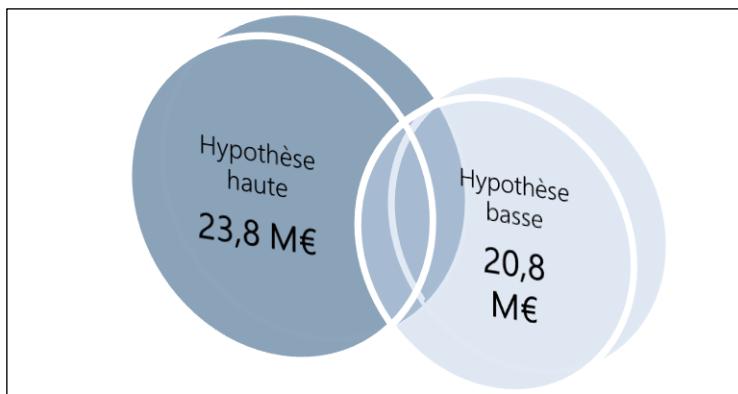
Source : Ryder Cup Europe, retraitements CDES et MKTG

*Tableau 2. Synthèse de l'impact touristique primaire sur le territoire de SQY*

## 2. Impact secondaire et total

Comme présenté dans la section consacrée au cadrage méthodologique, l'impact économique total de la Ryder Cup est obtenu par l'application d'un multiplicateur keynésien à l'impact économique primaire. Ce multiplicateur permet ainsi d'évaluer l'activité économique secondaire résultant de l'injection initiale de revenus. La valeur retenue pour le multiplicateur local s'établit à 1,37.

Sur ces bases, l'impact économique total de la Ryder Cup au niveau local s'établit entre 20,8 et 23,8 M€.



*Schéma 3. Montant de l'impact économique total sur le territoire de SQY*

Le montant de l'impact secondaire, c'est-à-dire des effets indirects et induits nés de l'injection initiale de revenus au sein de Saint-Quentin-en-Yvelines, s'établit entre 5,6 et 6,4 millions d'euros.

	Hypothèse basse (M€)	Hypothèse haute (M€)
Impact primaire	15,2	17,4
Impact secondaire	5,6	6,4
Impact total	20,8	23,8

*Tableau 3. Décomposition de l'impact économique total sur le territoire de SQY*

## VOLET SOCIAL

Si le cadre conceptuel de l'impact économique est désormais stabilisé – notamment en France grâce aux travaux de l'Observatoire de l'Économie du Sport du Ministère des Sports – et tend à s'universaliser avec des méthodes de référence, celui de l'impact social reste quant à lui très ouvert. La majorité des travaux sur le sujet adopte une démarche empirique plus adaptée à la nature des phénomènes à étudier et ajustée selon les besoins de chaque projet. Un travail conséquent de cadrage théorique et méthodologique sur l'impact social, volet nouveau par rapport à l'étude sur l'UEFA Euro 2016, a donc été mené avec les parties prenantes associées à cette étude pour en garantir la robustesse.

Ce cadre théorique s'inscrit dans la lignée des travaux du Programme d'action et de coopération de l'OCDE (Organisation de Coopération et de Développement Économique) concernant le développement économique et la création d'emplois au niveau local (LEED). Les grandes orientations théoriques de l'étude ont été fixées en partant de cette référence. Ces travaux ont fait l'objet d'une recommandation du Conseil de l'OCDE adoptée en mai 2018 sous l'impulsion du Ministère des Sports français<sup>5</sup>. Celle-ci reprend des recommandations pour les organisateurs de GESI déjà formulées dans deux précédents documents de 2008<sup>6</sup> et 2017<sup>7</sup>.

Cette synthèse locale du volet social de l'étude comprend **un résumé des travaux sur le cadre théorique et méthodologique puis présente quelques données clés sur l'impact de l'événement à l'échelle du territoire de Saint-Quentin-en-Yvelines**. Le cadre de l'étude, exposé ci-dessous prévoit un axe territorial parmi les trois axes génériques. Ce sont les résultats des travaux sur cet axe dédié aux problématiques locales qui sont présentés ici.

### A. CADRE ET MÉTHODOLOGIE DU VOLET SOCIAL DE L'ÉTUDE

#### 1. Proposition de définition du concept d'impact social et caractérisation en trois axes

Appliquée à l'événementiel, la définition la moins restrictive de l'impact social le qualifie comme **la contribution d'une manifestation donnée à l'amélioration des conditions de vie des populations**. Celle-ci devant être précisée, le comité de pilotage de l'étude a proposé à notre équipe un découpage du concept en trois axes qui permettront ensuite de définir des indicateurs.

Ces trois axes sont conçus pour fixer un cadre global partagé par tous les acteurs du secteur et dans lequel pourraient s'inscrire tous les événements. Ils ont donc vocation à constituer une base commune pour l'ensemble des études d'impact social pour les GESI en France. Après examen

<sup>5</sup> *Recommandation du Conseil sur les manifestations internationales et le développement local*, OECD/LEGAL/0444.

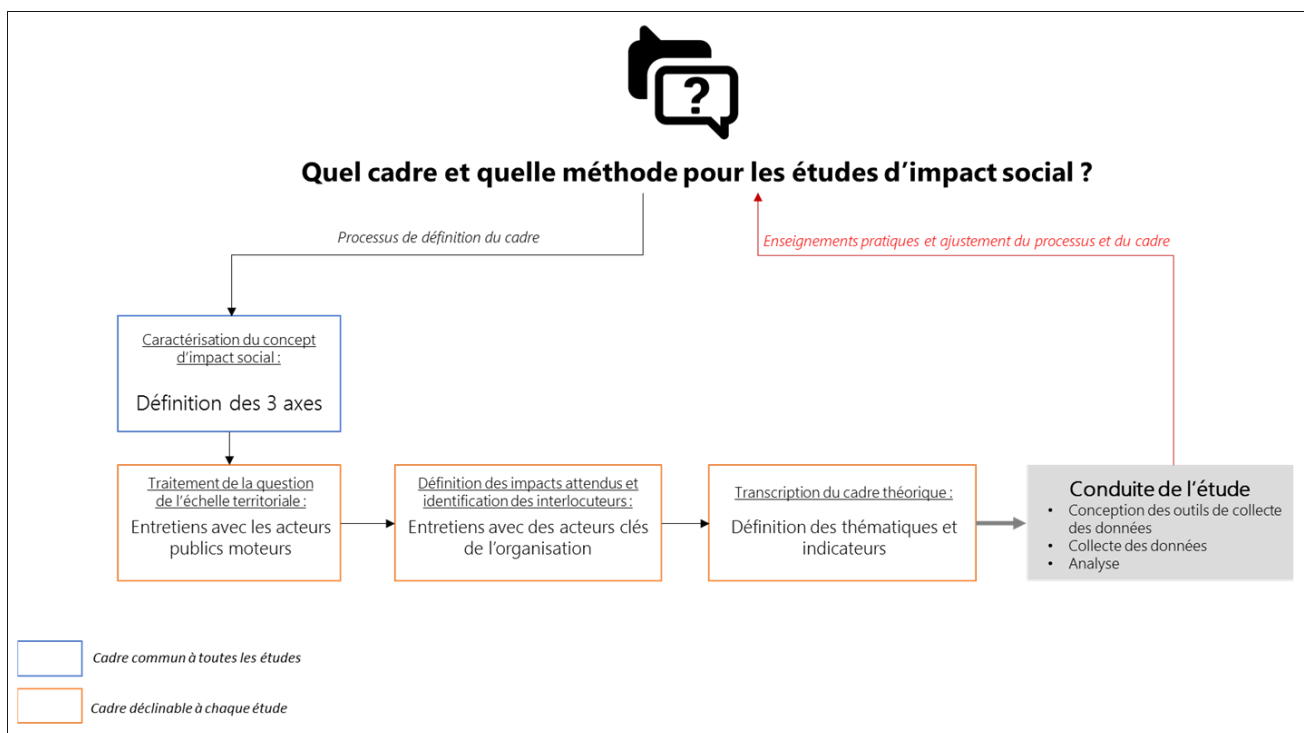
<sup>6</sup> *Local Development Benefits from Staging Global Events*, Local Economic and Employment Development (LEED), Éditions OCDE, 2008, Paris;

<sup>7</sup> *Principles for leveraging local benefits from Global Sporting Events* Local Economic and Employment Development (LEED), Éditions OCDE, 2017, Paris.

discussion avec les membres du comité de pilotage de l'étude, les trois axes de caractérisation retenus sont :

- **L'axe *Compétences, Emploi et Filières***, c'est-à-dire les impacts attendus sur la structuration de la filière économique des GESI, ainsi que la montée en compétences, la formation qualifiante et la pérennisation des emplois des populations mobilisées, directement ou indirectement, par l'événement. La dénomination de cet axe a été modifiée depuis la note de cadrage pour des raisons expliquées dans la partie *I.D. Synthèse et enseignements sur ce cadre conceptuel et la méthodologie employée* ;
- **L'axe *Sociétal***, c'est-à-dire la propension de l'événement à contribuer à l'amélioration du bien-être individuel ou collectif de la population par ses effets sur la santé publique, le développement de la pratique sportive ou les actions d'insertion sociale de certains publics cibles ;
- **L'axe *Territorial***, c'est-à-dire la propension de l'événement à contribuer au développement d'un territoire, à améliorer les conditions de vie à long terme de ses habitants, à renforcer l'attractivité des territoires d'accueil et à développer un sentiment d'appartenance fort pour les populations résidentes.

## 2. Schéma de synthèse théorique et méthodologique



*Schéma 4. Synthèse théorique et méthodologique de l'étude d'impact social*

## B. IMPACT TERRITORIAL À L'ÉCHELLE DE SAINT-QUENTIN-EN-YVELINES

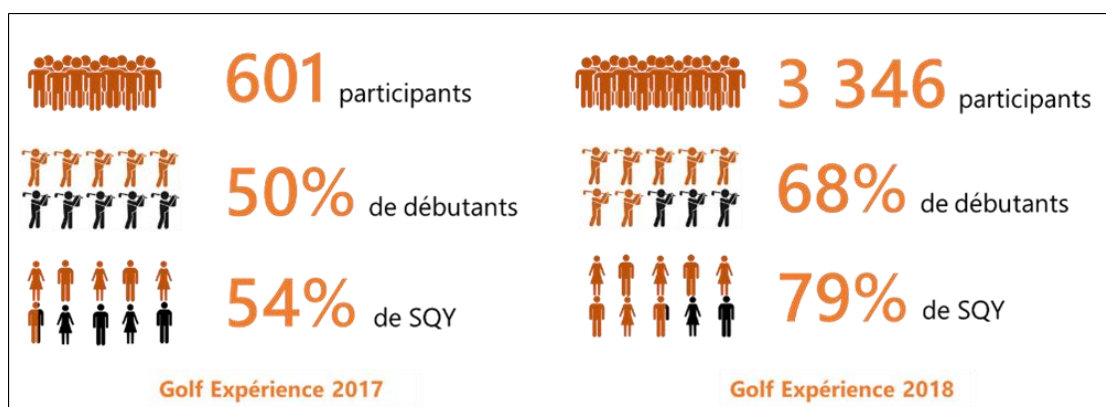
### 1. Animation du territoire et cohésion sociale

La Communauté d'Agglomération de SQY s'est fixée des objectifs ambitieux en marge l'accueil de la Ryder Cup :

- **Faire connaître l'événement auprès des habitants du territoire et les associer aux célébrations ;**
- **Créer un sentiment de fierté et d'appartenance** à un territoire qui accueille l'un des plus grands événements sportifs du monde ;
- **Faire découvrir le golf aux Saint-Quentinois** et lutter contre les préjugés qui entourent ce sport ;
- **Connecter le sport, le golf et l'événement à d'autres domaines** comme les arts et la culture.

Le programme d'accompagnement de Saint-Quentin-en-Yvelines a été organisé autour de plusieurs opérations de masse marquantes qui ont permis d'animer de manière continue le territoire durant les mois précédant l'événement :

- Le **Village Ryder Cup** est une **tournee d'animation ambulante** de 28 dates dans les 12 communes du territoire qui a rassemblé **40 040 visiteurs** ;
- Les **Golf Experience** sont deux **événements de promotion de l'événement** organisés sur une journée, à un an de la Ryder Cup au Golf National, puis 100 jours avant le coup d'envoi de la compétition à l'espace Saint-Quentin ;



*Schéma 5. Les événements Golf Experience en quelques chiffres*

- La **Fan Zone Ryder Cup 2018** a été déployée pendant l'événement à l'espace Saint-Quentin. Elle a été conçue comme un **lieu de rassemblement festif et populaire et a accueilli 17 500 visiteurs**.

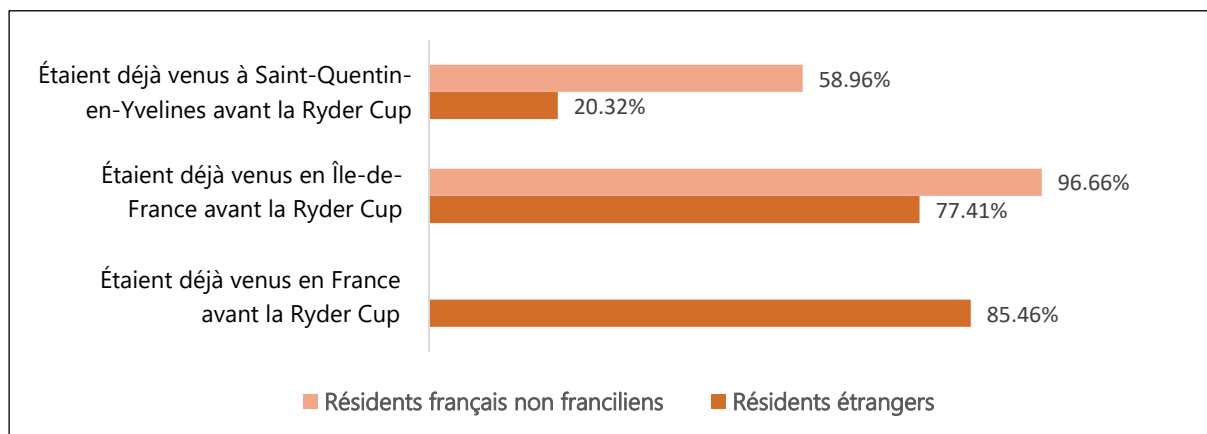


La collectivité considère avoir atteint ses objectifs. La forte fréquentation observée sur les animations périphériques témoigne du succès de l'événement au regard de l'objectif d'animation locale et de cohésion sociale.

## 2. Notoriété, promotion et attractivité du territoire

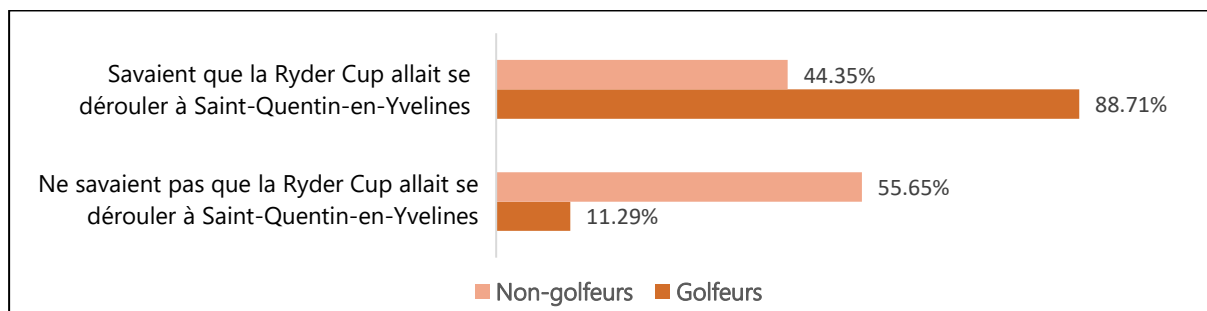
Le territoire jouit d'une notoriété très importante auprès des amateurs de golf. Dans le cas du public non-golfeur, qui reste certes largement minoritaire, les spectateurs ayant découvert Saint-Quentin-en-Yvelines à l'occasion de l'événement sont nombreux.

### Question adressée aux spectateurs de l'événement

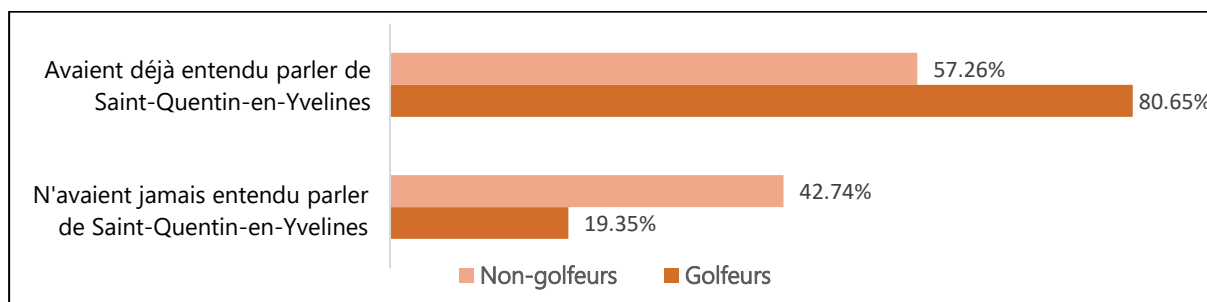


Graphique 1. Part des spectateurs ayant déjà visité les territoires hôtes avant la Ryder Cup

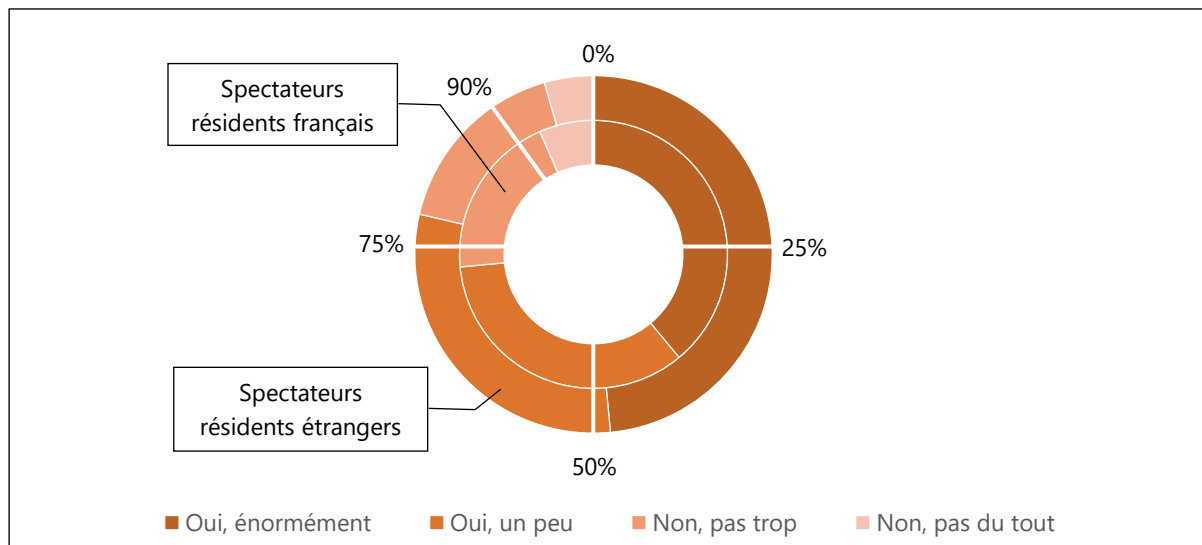
### Questions adressées aux visiteurs de la Fan Zone



Graphique 2. Part des visiteurs du village d'animation de la place de l'Hôtel de Ville de Paris qui savaient que la Ryder Cup allait se dérouler à Saint-Quentin-en-Yvelines

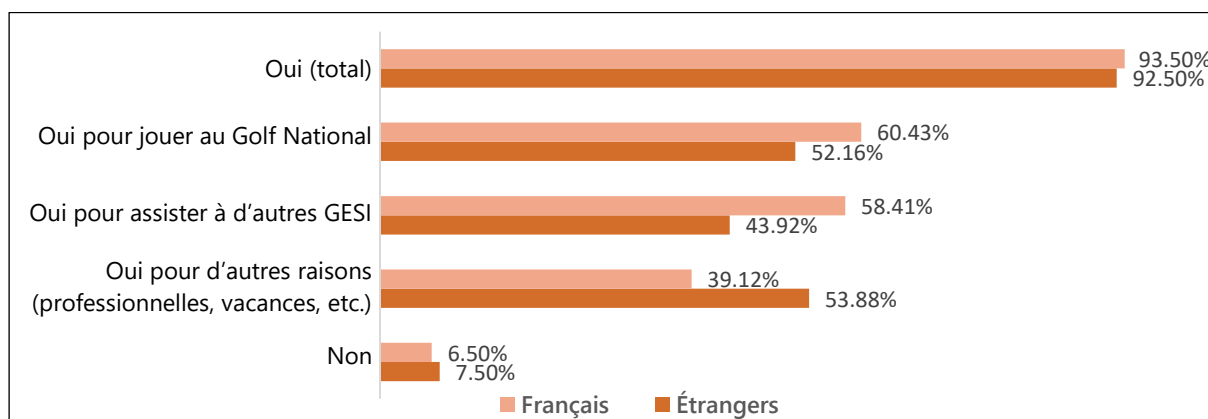


Graphique 3. Part des visiteurs du village d'animation de la place de l'Hôtel de Ville qui avaient déjà entendu parler de Saint-Quentin-en-Yvelines avant la Ryder Cup



*Graphique 4. Perception de la contribution de la Ryder Cup au rayonnement de l'Île-de-France par les spectateurs de l'événement*

Les questions sur la contribution de l'événement au rayonnement des territoires hôtes montrent une perception largement positive chez les spectateurs français et étrangers. Les spectateurs de la Ryder Cup considèrent que l'événement est davantage susceptible de contribuer au rayonnement de l'Île-de-France (58% des spectateurs étrangers et 57% des français pensent que l'événement contribue énormément au rayonnement de la région) qu'à celui de la Communauté d'Agglomération de Saint-Quentin-en-Yvelines (48% des spectateurs étrangers et 39% des français pensent que l'événement contribue énormément au rayonnement de la communauté d'agglomération de SQY). Cette tendance confirme que **la région parisienne a été perçue par le grand public comme le territoire hôte de l'événement au détriment de Saint-Quentin-en-Yvelines.**



*Graphique 5. Propension à revenir en Île-de-France des spectateurs de la Ryder Cup*

La grande majorité des spectateurs déclare avoir envie de revenir en Île-de-France à la suite de l'expérience Ryder Cup 2018 et les résidents français citent la possibilité de jouer au Golf National comme première motivation.