



**TERRITOIRES
D'ÉVÉNEMENTS
SPORTIFS.**

Coupe du monde de rugby

**Des *Fan zones* 2016
aux Villages rugby 2023**

Paris, le 29 septembre 2021

Préface

La France est un pays de grands événements sportifs. Nous sommes très fiers d'accueillir deux nouvelles manifestations internationales parmi les plus prestigieuses, la Coupe du monde de rugby de 2023 et les Jeux olympiques et paralympiques de 2024.

Si la France est reconnue dans l'organisation de ce type de compétition, elle le doit aussi à ses territoires, à ses villes qui accueillent ces événements.

Au-delà du stade et de ses exploits, c'est toute une ville qui vit alors au rythme de la compétition. Pour se faire, nos territoires organisent des événements au profit de leur population et des supporters du monde entier et permettent des retombées économiques et culturelles.

Territoires d'événements sportifs en regroupant l'ensemble des villes et plusieurs métropoles accueillant ces événements permet à la fois l'échange d'expériences, la collaboration entre collectivités, l'organisation de candidatures mais également l'expression des sites hôtes d'une voix commune afin de mieux défendre leurs intérêts.

Partage, mise en commun, entraide, TES a rédigé cette étude pour renforcer ses connaissances, celles de ses membres en vue de la Coupe du monde de rugby 2023 mais également de tout grands événements sportifs se déroulant sur le sol national. Désormais incontournables, il existe encore peu de réflexion et de modélisation sur ces « zones de célébration » notamment en cette période de crise sanitaire.

Plusieurs thèmes composent ce rapport (animations, célébrations mais également partenariats, développement durable, sécurité...). Ils doivent nous orienter dans l'organisation des prochains *Villages rugby*.

Cette étude va nous permettre de disposer d'une base de travail efficace tant comparative qu'opérationnelle pour mieux définir les besoins des villes et des métropoles accueillant un espace dédié comme ces *Villages rugby*.

Chaque Village sera unique. Il répondra aux contraintes locales, à la sécurité des populations, aux nécessités sanitaires du moment et à la stratégie d'animation et d'attractivité de la ville. Je ne doute pas que chacun de ces Villages participera au succès de cette Coupe du monde de rugby. Les Territoires y prendront toute leur part.

Mathieu Hanotin

Maire de Saint-Denis,

Président de Territoires d'événements sportifs

I. L'EXPERIENCE DE L'EURO 2016 DE FOOTBALL

- A. Un grand moment festif et populaire
 - 1. Des villes engagées, un concept adapté
 - Les principes clés favorisant le succès d'une zone de célébration
 - 2. Un succès incontestable...
- B. ... malgré le contexte sécuritaire...
- C. ... et l'augmentation des couts

II. UN CONCEPT EPROUVE EGALEMENT POUR LE RUGBY

- A. Les Fan zones de la Coupe du monde de Rugby 2019 au Japon
- B. Les villages de promotion du Top 14

III. UN MODELE DE VILLAGE QUI NECESSITE SOUPLESSE ET ADAPTABILITE LOCALE

- A. Les enjeux majeurs structurants des lieux d'accueils des supporters
 - 1. Les enjeux classiques
 - 2. Les enjeux nationaux
 - 3. Les enjeux locaux
- B. Les premières orientations des villes pour les « Villages rugby »
 - 1. Une vision commune
 - 2. Des interrogations collectives
 - Les incertitudes communes
- C. Les projets respectifs des villes
 - Des lignes directrices, un concept à tiroirs

IV. UN EQUILIBRE ECONOMIQUE QUI NECESSITE L'IMPLICATION DE L'ORGANISATEUR

- A. Le dispositif type d'une zone de célébration
 - 1. Le dispositif de coordination
 - 2. Le dispositif marketing et de communication
 - 3. Le dispositif opérationnel
- B. Un équilibre économique à trouver
 - 1. La jauge
 - 2. Le format
 - 3. Le véhicule juridique

C. Les principales charges et recettes prévisionnelles

1. Les charges
2. Les recettes
 - a. Restauration et boisson
 - b. Privatisation d'espaces
 - c. Crédits GESI
 - d. Sponsors et partenariats éventuels

V. L'INDISPENSABLE ENGAGEMENT DE L'ÉTAT

- A. Pour les missions régaliennes de sécurité
- B. Pour son financement au titre d'événement de dimension nationale

- Recommandations

VI. UNE EXIGENCE D'ECO-RESPONSABILITE ET DE DEVELOPPEMENT DURABLE AU CŒUR DU DEPLOIEMENT OPERATIONNEL

- Penser l'héritage du site en amont

CONCLUSION

L'origine du concept « *Fan zones* » provient du vocabulaire utilisé dans l'univers mécanique de la Formule 1. Les supporters, les « *Fans* » peuvent, profiter, sur un écran géant, en amont d'animations puis de la retransmission sur écran géant des essais et de la course.

L'idée s'est développée puis **généralisée pour les grands événements sportifs** avec une utilisation devenue commune depuis l'Euro de football 2008 en Suisse et en Autriche.

Désormais, ces « zones de célébration » désignent les lieux au sein des villes où la **population locale et les supporters sans billet peuvent participer à l'événement avec des animations et suivre la retransmission de l'épreuve sportive sur écran géant**. Elles sont généralement situées en ville, dans des lieux faciles d'accès.

Dans l'univers olympique, le même concept global se définit comme un « **Live Sites** ». Pour le Comité international olympique (CIO), ils « *permettront à ceux qui n'ont pas de billets de pouvoir suivre les compétitions en groupe malgré tout, grâce à des écrans géants disposés à différents endroits qui ne sont pas des sites des Jeux. Les live sites offriront également des expériences sportives, des événements culturels, des animations commerciales des partenaires marketing des Jeux et divers programmes de divertissement* ».

Les *zones de célébration* ne sont pas toujours imposées par l'organisateur aux villes dans le cadre du cahier des charges de l'événement sportif. Ainsi pour la Coupe du monde de rugby 2023, **les villes d'accueil des événements ne seront pas obligés de proposer ce type de lieux d'animation**. Cependant, dans les faits, ce nouveau lieu a vocation à répondre à plusieurs besoins utiles pour l'ensemble des acteurs.

- D'abord le manque de billets dans les stades. Si l'on prend l'exemple de l'Euro de football, troisième événement sportif mondial, au manque de places disponibles dans les stades doit répondre des animations permettant à toutes celles et tous ceux qui le souhaitent de participer à l'événement. Ainsi, si pour la compétition en France de 2016, environ deux millions et demi de billets ont été vendus, les *Fan Zones* ont accueilli environ sept à huit millions de supporters malgré le contexte de menace terroriste. **L'engouement actuel du public pour la billetterie de France 2023 permet d'imaginer, voire d'anticiper, le même besoin.**
- Le concept de *Fan Zones* s'est développé en une période particulièrement lourde en matière de sécurité. La crainte, par les forces de l'ordre et les pouvoirs publics, de débordements de certains supporters, puis l'aggravation de la menace terroriste, a favorisé l'implémentation de ces *zones de célébration*. Ces dernières permettent en effet de **mieux réguler, protéger et sécuriser les populations en un ou plusieurs lieux définis plutôt que sur l'ensemble de la ville au gré d'événements spontanés.**

- La mobilisation, l'engouement populaire autour de l'événement sportif, la volonté de fédérer la population, de « l'inclure » à la fête participent structurellement de l'événement. La possibilité d'organiser des animations notamment en extérieur et des retransmissions permet à la ville de vivre au rythme de l'événement sportif, de proposer une animation festive à sa population. Les *zones de célébration* permettent de **proposer à la population une expérience événementielle festive, inclusive et populaire.**
- Les organisateurs, comme l'ensemble des acteurs du monde du sport, ont désormais tous compris l'intérêt économique de ces *zones*. L'UEFA par exemple les a progressivement érigées « *en véritable stratégie marketing auprès de ses sponsors, présents dans le stade et dans la ville* »¹. Ainsi, **un nouvel espace d'activation des marques s'est installé, un espace de visibilité mais également de merchandising et de vente de produits dérivés.** Parallèlement pour lutter contre « l'Ambush marketing » et protéger leurs partenaires, les organisateurs augmentent les contraintes marketing avec des cahiers des charges stricts, pour l'installation, le financement et l'organisation de ces lieux. Ce sont des **sources de tensions entre les organisateurs et les villes qui en assurent le financement essentiellement avec de l'argent public.**
- Enfin, la croissance d'un **tourisme de supporters** qui décident de suivre leur équipe, de vivre l'événement au plus près, de profiter de l'événement pour découvrir un pays et cela même s'ils disposent d'un seul billet pour une date unique, voire d'aucun billet.

Le modèle actuel s'organise autour de villes-hôtes volontaires et responsables de l'organisation des *zones de célébration* en échange, par exemple d'infrastructures techniques, de droits de diffusion gratuits et d'autres apports en numéraire ou en prestations de l'organisateur. **Cette coopération lui permet de s'assurer l'investissement de l'ensemble des villes dans la protection de ses droits et ceux de ses partenaires.**

¹ Entretien, Hors-série « Le Club des sites magazine », p. 24

I. L'EXPÉRIENCE DE L'EURO 2016 DE FOOTBALL

Les *Fan zones* étaient régies par l'UEFA dans le cadre de sa Charte relative aux zones des supporters. L'organisation incombait aux villes d'accueil, l'UEFA, quant à elle, apportait une aide sur les frais techniques, en fournissant notamment les écrans et une partie de la sonorisation.

La montée en puissance du concept de *Fan zones* depuis 2008 a occasionné une augmentation parallèle des exigences marketing et organisationnelles sur ces lieux d'accueil.

Cette montée en puissance des contraintes pour les acteurs publics locaux a pu s'avérer particulièrement lourde, notamment si l'on regarde les contreparties exigées sur le plan marketing. De fait, **les discussions entre les différents acteurs, privés et publics, lors de l'Euro 2016 autour des demandes, elles-mêmes en hausse sensible, de l'UEFA, ont été constantes lors de la période de préparation.**

Ces premières contraintes ont été **renforcées par le volet sécuritaire** qui s'est imposé à tous. La simple question du maintien, ou non, des *Fan zones*, s'est posée tardivement. Au besoin de trouver un équilibre commercial, de proposer un cadre attractif pour les sponsors et les populations s'opposaient les exigences de sécurité.

A. Un grand moment festif et populaire

Les *Fan zones* de l'Euro 2016 ont été un succès à bien des égards. Si nous mettons de côté l'engouement populaire lié en partie au parcours de l'équipe nationale, c'est bien **la qualité de l'organisation par les villes** qui aura mobilisé la population et lui aura permis de participer à la fête.

1. Des villes engagées, un concept adapté

Si les zones sont un formidable outil pour proposer des animations à sa population, accueillir plus de supporters, insuffler du dynamisme à un territoire, c'est souvent pour les villes, ayant décidé de retenir le concept et de le mettre en œuvre, un véritable défi.

Défi budgétaire, défi événementiel et technique pour des collectivités parfois mal outillées ou manquant d'expérience pour organiser l'accueil d'un immense public sur plusieurs semaines, défi sécuritaire en une période de risque d'attentats et défi concernant le rapport de force entre une ville et une entité internationale imposant des contraintes lourdes liées **au respect du cahier des charges et à la gestion des droits marketings.**

Concernant l'Euro 2016, le dossier de candidature comprenait des « lettres de garantie » signées par les exécutifs locaux des villes. L'encadrement s'est révélé particulièrement complexe pour des questions juridiques.

Concernant les seules *Fan zones*, l'UEFA a notamment prescrit que le lieu d'accueil du public soit ouvert au minimum trois heures avant le début du match. Il devait assurer la diffusion gratuite de toutes les rencontres de la compétition. Chaque ville devait proposer sur ces *zones* des débits de boissons, des lieux d'alimentation, de divertissements, d'activation partenaires et d'animation pour les supporters.

C'est le chapitre 14 qui détaillait les éléments nécessaires à leur fonctionnement (écrans, barrières, eau potable, normes de luminosité, sécurité...). La question des partenariats et des sponsors a rapidement fait débat.

A ce cadre rigide et unique imposé par l'organisateur, l'ensemble des villes accueillant des matchs et événements sur leur territoire a consolidé et présenté **une vision commune autour de la réalisation de Fan zones « adaptées » à chaque territoire**.

Les villes ont tenu à ce que ces zones de célébration disposent d'un ADN propre à chaque territoire, vivent en harmonie avec leur public. Ainsi, les attentes des publics niçois ou lillois, le climat, les objectifs des villes et leur vision stratégique... n'étaient pas forcément les mêmes et n'avaient donc pas vocation à être totalement uniformisé.

Un des rôles du Club des sites, pour le compte de ses villes-membres, a été de **concevoir, de négocier et de mettre en œuvre ce modèle**, dans le respect du droit français, afin d'adapter les fortes contraintes initiales du cahier des charges pour une bonne prise en compte des spécificités locales. Réunis pour défendre leurs intérêts et tenter d'obtenir de la société organisatrice de l'Euro (Euro 2016 SAS), elles ont pu disposer de « *certaines aménagements des engagements initiaux* »².

² Les soutiens publics à l'Euro 2016 en France, Rapport de la Cour des comptes. « *Des accords ont été trouvés entre le Club des sites et la SAS pour infléchir la charte commerciale s'imposant aux villes (qui a connu treize versions avant sa version finale) atténuant le régime d'exclusivité des parrains officiels. La charte commerciale initiale consacrait l'exclusivité des droits commerciaux de l'UEFA et*

Les principes clés favorisant le succès d'une zone de célébration

La zone de célébration est un lieu de mixité, de rencontre, de lien social et festif, entre toutes les catégories de publics : habitants et touristes, supporters, familles et amis qui contribue fortement à l'acceptabilité sociale de l'évènement. Elle doit être un espace :

- où s'expriment **l'identité et les valeurs d'accueil d'un territoire** (gastronomie, développement durable, tourisme) ;
- en lien avec le **sport concerné sur le territoire** mais globalement de **loisirs et de distraction** (culture) ;
- qui **génère des revenus** (partenaires locaux, restauration et boisson, concessions d'espaces aux partenaires, zones d'activation), **permettant d'en réduire la charge pour les collectivités** ;
- qui nécessite un **partenariat de confiance entre les villes et l'organisateur** qui a intérêt au respect de ses règles commerciales et à la protection de ses partenaires.
- concertée avec l'État et les **Préfectures pour en assurer la totale sécurisation**.

de ses sponsors. (...) L'UEFA exigeait pour les Fan zones un placement au cœur de la ville, l'ouverture tous les jours de matchs, l'entrée gratuite, l'installation de débits d'alimentation et de boissons, une capacité de 20 000 personnes minimum, la fermeture en sous-sol d'un parking et d'une station de métro, et enfin l'absence de toute identification commerciale ou publicitaire autre que celle des parrains de l'UEFA et des partenaires locaux autorisés par elle ».

2. Un succès incontestable...

Les villes et l'organisateur ont permis de faire des *Fan zones* un des principaux leviers d'une grande fête locale et populaire, notamment à travers des animations culturelles et sportives réussies.



La **fréquentation des Fans zones a été extrêmement satisfaisante avec quatre millions de participants**. Elles ont permis d'élargir l'événement non seulement aux non porteurs de billets mais également d'animer des villes, d'attirer les populations vers « la fête de l'Euro 2016 », de mobiliser des acteurs locaux, d'attirer des touristes, d'augmenter nettement l'impact marketing et de **contribuer largement à son acceptabilité sociale en popularisant et légitimant l'événement**. Ces zones étaient **toutes gratuites** d'accès. Leurs capacités d'accueil étaient variables et allaient de 10 000 spectateurs pour Saint-Denis, Lens ou Nice à 92 000 spectateurs pour Paris.

Ville	Localisation	Capacité maximale	Fréquentation totale
 BORDEAUX MÉTROPOLE	Place des Quinconces	60 000 places	598 000 spectateurs
 ville de lens	Place Jean Jaurès et Parvis Hôtel de ville	10 000 places	192 479 spectateurs
 MEL MÉTROPOLÉ EUROPÉENNE DE LILLE	Place F. Mitterrand / Parc Matisse	25 000 places	430 425 spectateurs
 VILLE DE LYON	Place Bellecour	20 000 places	407 803 spectateurs
 VILLE DE MARSEILLE	Plages du Prado	80 000 places	700 000 spectateurs
 VILLE DE NICE	Jardin Albert I ^{er} & Théâtre de Verdure / Quai des États-Unis	10 000 places	175 000 spectateurs
 PARIS	Champ-de-Mars	92 000 places	1 216 000 spectateurs
 Saint Denis	Parc de la Légion d'Honneur	10 000 places	180 000 spectateurs
 SAINT-ÉTIENNE la métropole	Parc François Mitterrand	20 000 places	151 434 spectateurs
 toulouse métropole	Allées Jules-Guesde	12 000 places	84 850 spectateurs

B. ... malgré le contexte sécuritaire

Les interrogations liées à la sécurité de l'événement ont été sensiblement renforcées et alourdies par les attentats du 13 novembre 2015.

Il est évident qu'accueillir les meilleures équipes de football d'Europe dans des stades vides, ou sans animation extérieure aucune, remettait en cause les « *objectifs de festivité, de fraternité, de rencontre, ainsi que les retombées économiques et la visibilité à l'international*³ ».

En dépit d'une certaine pression, **le maintien de l'Euro de football et des zones de célébrations a été acté par le gouvernement**. Le cadre en matière de sécurité a évolué, de la nécessité de limiter les risques occasionnés par certains supporters et hooligans, à celui de risque terroriste renforcé.

Concernant les *Fan zones*, les lieux ont été choisis en concertation avec les Préfets en charge. La sécurisation était à la charge des collectivités locales, la police et la gendarmerie assurant la protection périphérique. **Le soutien économique de l'État a joué, les collectivités seules ne pouvant assumer la hausse sensible des coûts pour disposer d'une sécurité optimale**. Le Club des sites a tenu des discussions particulièrement constructives et abouties avec l'Etat. Ainsi, l'État devait *in fine* facturer à la Fédération française de football « *une partie des dépenses engagées pour la sécurisation des rencontres disputées par l'équipe de France (...). Pour l'Euro 2016, il a renoncé à facturer le coût des services d'ordre chargés de sécuriser les stades (et les Fan zones) lors des 51 rencontres du tournoi*⁴ ».

La doctrine retenue en matière de sécurité en période de risque terroriste pour les événements en dehors des stades s'est avérée proche de celle appliquée autour et dans les stades : la sécurisation de zones précises et encadrées s'avère plus simple qu'une

³ Entretien, Hors-série « Le Club des sites magazine », p. 44.

⁴ Rapport de la Cour des comptes, *op. cit.*

accumulation et une dispersion de petits événements dans la ville. De fait, le nombre de ressources humaines est moins important et les techniques d'intervention (force de l'ordre et secours civils) sont plus aisées à appliquer sur des zones étudiées et contraintes que sur l'ensemble du territoire municipal ou métropolitain.

Le maintien des *Fan zones* a ainsi conduit le ministère de l'Intérieur à **rehausser leur niveau de sécurisation** par une instruction du 22 février 2016. Bernard Cazeneuve a également, dans une lettre d'avril 2016, demandé à ce que cette charge complémentaire soit divisée en trois parts égales (Etat, UEFA et villes-hôtes). Mais comme déjà indiqué, c'est bien, *in fine*, le ministère qui a pris à sa charge les deux tiers de la dépense supplémentaire concernant les *Fan zones* en se substituant aux villes, soit huit millions d'euros sur les douze de surcout.

Par ailleurs, les mesures de sécurité pour l'accueil sur les *Fan zones* sont devenues systématiques et renforcées : « *palpations, vidéosurveillance permanente, la détection des métaux, l'interdiction des sacs et bagages avec la mise en place de consignes*⁵ ». La période considérée comme la plus difficile à sécuriser, **à savoir la concentration de population dans les files d'attente** hors des *Fan zones*, a nécessité la formation puis la mise à disposition d'agents de sécurité pour gérer la multiplication des couloirs d'accès (femmes et hommes) adaptés PMR.

Il n'y a eu **aucun incident majeur** lors du tournoi dans aucune des « zones de célébration » réparties sur le territoire. **La coordination entre tous les acteurs s'est avérée efficace**, tout en gardant l'esprit que souhaitait les villes d'accueil. Bien entendu, le débat sur la légitimité de ces lieux festifs a perduré pendant toute la compétition mais ce premier succès empirique a été renforcé par la validation de la doctrine de **regroupement des supporters et des animations en un nombre limité de lieux plus facilement sécurisables**.

⁵ id

C. ... et l'augmentation des coûts

La Cour des comptes dans son rapport « *Les soutiens publics à l'Euro 2016, quels retours d'expérience pour les pouvoirs publics ?* » constate que l'organisation des *Fan zones* a représenté **un coût public brut cumulé de près de 41 M€**, auxquels s'ajoutent deux millions d'euros de subventions d'État au titre de la vidéoprotection.

La plus importante, celle de Paris, a représenté un coût de 14,9 M€, celle de Marseille quatre millions d'euros, de Bordeaux 3,8 millions d'euros, de Saint-Denis 3,2 millions d'euros, de Nice avec trois millions ou de Lyon 2,9 millions d'euros

À la suite des attentats du 13 novembre 2015, l'État a énoncé de nouvelles mesures de protection permettant le maintien des zones de célébration. Ces besoins supplémentaires ont naturellement accru considérablement **le coût de la sécurité des *Fan zones*, qui a doublé pour un montant total situé entre 20 et 24 millions d'euros**. Les prestations de sécurité assurées par des agents de sociétés privées représentent la moitié des dépenses des villes (12,7 M€), à côté des dépenses d'équipements (vidéo-surveillance pour 1,9 M€, postes de commandement et de sécurité pour 1,8 M€ et protection des accès pour 1,5 M€)⁶.

Le coût net pour les villes hôtes s'est heureusement avéré bien moindre, **tant par le soutien financier de l'État que par les recettes commerciales retirées**. Sans cela, il est évident que la bonne tenue des zones de célébration, voire leur maintien, aurait probablement été reposé par les collectivités et métropoles.

⁶ www.gouvernement.fr, Bilan euro 2016 : « *Les forces de l'ordre ont procédé à 1 555 interpellations, dont 891 suivies de gardes à vue, débouchant sur 59 condamnations à des peines de prison, ferme ou avec sursis. 64 mesures de reconduite à la frontière et 32 refus d'accès au territoire ont par ailleurs été appliqués. Les services de renseignement français ont permis l'arrestation de 150 individus du fait d'activités terroristes depuis le début de l'année 2016* ».

- D'une part, si les villes et métropoles ont assuré la sécurisation des *Fan zones* pour **un coût total d'environ vingt millions d'euros**⁷, elles ont bénéficié, aux termes de l'accord obtenu par le Club des sites, d'un **soutien de douze millions d'euros sur ces dépenses**, respectivement huit millions par l'Etat et quatre millions par l'UEFA.
- D'autre part, les villes ont pu retirer des *Fan zones* **des recettes commerciales en les ouvrant à des partenaires commerciaux locaux**, après la négociation qu'elles ont menée avec l'organisateur. Ce montant est difficile à consolider sur le plan national, les pratiques des villes ayant été très diverses. Il s'agit parfois de recettes directes, de recettes laissées au gestionnaire privé de la zone, ou d'un système d'intéressement, comme à Lyon.

Au total, **la dépense nette identifiée pour les villes au titre des *Fan zones* a été estimée par la Cour des comptes à environ 29 millions d'euros.**

Toutefois, le montant des différents coûts remontés ne représente pas exactement la charge réelle. Ainsi, là où elles existent, les municipalités ont par exemple massivement mobilisé leur police municipale⁸.

Les villes ont ainsi démontré qu'avec le soutien financier responsable de l'État et de l'UEFA et avec la possibilité de disposer de recettes commerciales adaptées, elles savaient organiser avec efficacité dans un contexte difficile des lieux festifs pendant une durée relativement longue. **L'expérience acquise est aujourd'hui un atout pour la Coupe du monde de Rugby 2023.**

⁷ ... dont 6 M€ pour Paris, 3 M€ pour Bordeaux, 2,6 M€ pour Lille, 1,8 M€ pour Marseille et Lyon et 1,6 M€ pour Nice.

⁸ La ville de Lyon a estimé que près de 80 % de ses effectifs étaient mobilisés les jours de match.

II. UN CONCEPT ÉPROUVÉ ÉGALEMENT POUR LE RUGBY

Nous présentons ici deux types d'exemples de *zones de célébration* concernant le rugby, l'un étranger pour l'édition précédente de l'événement, la Coupe du monde 2019 au Japon, l'autre en France pour une série d'actions organisée par la Ligue Nationale de Rugby.

A. Les Fan zones de la Coupe du monde de rugby 2019 au Japon

Seize *zones* ont été installées lors de la Coupe du monde de Rugby au Japon, réparties dans douze villes. Les caractéristiques assez communes de ces espaces étaient les suivantes :

- Entrée gratuite
- Une organisation très ordonnée avec une liste complète de règles
- La majorité des personnes étaient assises
- Des stands pour les sponsors partenaires de la Coupe du monde
- Une scène événementielle
- Des stands de vente de produits dérivés
- Des stands de restauration avec des produits locaux
- Des projections en direct des matchs sur grand écran
- Des activités sur le thème du rugby
- Des divertissements et un contenu régional pour célébrer chaque ville hôte
- Des espaces de tri sélectif.

Sapporo : 2 matchs, fréquentation totale de 52 397 personnes

- ***Parc Odori.*** Destination touristique populaire qui accueillait également la grande «Fête d'automne de Sapporo» (deux millions de visiteurs). Dispositif extérieur.

Superficie : **4 500 m²**. Capacité maximale : **2 700 personnes**. Horaires : 11h-22h.

- ***Gare de Sapporo.*** Porte d'entrée de la ville, elle représente un trafic piétonnier moyen quotidien de 300 000 personnes. Dispositif intérieur.

Superficie : **1 600 m²**. Capacité maximale : **1 500 personnes**. Horaires : 11h-22h.

Iwate/Kamaishi : 2 matchs dont un annulé pour cause de typhon, fréquentation totale de 38 982 personnes

Surnommée « Rugby Town », la ville de Kamaishi City est connue pour l'héritage laissé par le club de rugby de la Nippon Steel Corporation Kamaishi Rugby Club. Elle a accueilli une Fan zone pendant 30 jours, organisant la retransmission des 48 matchs du tournoi, des phases de poule aux phases d'élimination directe. Dispositif extérieur.

Superficie : **2 990 m²**. Capacité maximale : **2 600 personnes**. Horaires : 10h-21h30.

Saitama/Kumagaya : 3 matchs, fréquentation totale de 71 791 personnes

Depuis 1991, la ville se mobilise en faveur de sa rénovation urbaine sous la bannière de « Rugby Town Kumagaya ». La Fan zone était situé dans le centre-ville à quelques minutes à pied de la gare. Les spectateurs ont pu assister au « Festival Uchiwa » (750 000 visiteurs chaque année) mettant en valeur des éléments de la culture japonaise. Dispositif extérieur.

Superficie : **8 150 m²**. Capacité maximale : **5 000 personnes**. Horaires : 10h-22h.

Tokyo : 9 matchs, fréquentation totale de 310 500 personnes

- **Place des sports.** Le lieu disposait d'un espace intérieur comprenant un espace sans alcool pour les fans souhaitant emmener de jeunes enfants, une exposition spéciale retraçant l'histoire du rugby japonais jusqu'à la Coupe du monde de rugby 2019, ainsi qu'une exposition de maillots de rugby historiques. Les 48 matchs ont été retransmis en direct sur le grand écran de dix mètres de large. Dispositif intérieur.

Superficie : **6 510 m²**. Capacité maximale : **4 800 personnes**. Horaires : 12h-22h.

- **Chofu Station Square / Chofu City Green Hall.** L'espace a été aménagé avec un mur de bâtiment transformé en grand écran ainsi qu'un gazon artificiel pour les retransmissions en plein air et en intérieur. Apparitions quotidiennes des joueurs de la Japan Rugby Top League. Une grande variété de contenus quotidiens offerts.

Superficie : **5 640m²**. Capacité maximale : **4 800 personnes**. Horaires : 12h-22h30.

Kanagawa/Yokohama : 6 matchs, fréquentation totale de 153 700 personnes

Ville portuaire internationale connue pour ses bâtiments historiques et monuments, Yokohama est le berceau du rugby japonais. Les supporters ont pu profiter de 32 matchs de la Coupe du monde de rugby 2019 diffusés sur un grand écran de 380 pouces au sein de la plus grande Fan zone de la Coupe du monde. Dispositif extérieur.

Superficie : **41 110m²**. Capacité : **8 300 personnes**. Horaires : 12h-22h

Shizuoka : 4 matchs, fréquentation totale de 113 777 personnes

- ***Parc du château de Sumpu.*** Installé dans le parc historique du château de Sumpu, situé en plein centre de la ville. A une heure par train à grande vitesse de Tokyo. Dispositif extérieur.

Superficie : **7 500 m²**. Capacité : **5 000 personnes**. Horaires : 11h-22h

- ***Salles Soramo et Entetsu.*** Idéalement situé dans la zone adjacente de la gare, entouré de toutes sortes d'installations commerciales et très fréquenté par les consommateurs. Espace événementiel sous un grand toit. Dispositif intérieur.

Superficie : **1 825 m²**. Capacité : **730 personnes**. Horaires : 11h-22h.

Aichi/Toyota : 3 matchs, fréquentation totale de 60 432 personnes

La Fan zone, à quinze minutes à pied du stade, a diffusé les matchs sur un grand écran de 400 pouces. La Fan zone s'incluait dans le festival japonais « matsuri » afin que les supporters puissent profiter de la célébration nationale du rugby dans un environnement festif. Dispositif extérieur.

Superficie : **5 670m²**. Capacité : **6 826 personnes**. Horaires : 10h-22h.

Osaka/Higashiosaka : 4 matchs, fréquentation totale de 38 701 personnes

- **Tennoji.** La Fan zone a été installé à l'entrée du parc Tennoji de Tenshiba, qui reçoit 4,25 millions de visiteurs par an. Dispositif extérieur.

Superficie : **7 000 m²**. Capacité : **3 500 personnes**. Horaires : 11h-22h.

- **Hanazono.** Située à côté du stade de rugby Hanazono, terrain sacré pour le rugby japonais (construit en 1929), installé sur le terrain de baseball. La route menant au stade depuis la gare de Higashi Hanazono, était décorée de drapeaux présentant les équipes participant à la Coupe du monde de rugby 2019. Dispositif extérieur.

Superficie : **13 000 m²**. Capacité : **4 500 personnes**. Horaires : 13h-22h.

Kobe : 4 matchs, fréquentation totale de 88 000 personnes

Installé au parc Meriken dans le port de Kobe, lieu symbolique de la ville qui reçoit huit millions de visiteurs annuels. Dispositif extérieur.

Superficie : **17 000 m²**. Capacité : **5 000 personnes**. Horaires : 11h-22h

Fukuoka : 3 matchs, fréquentation totale de 43 384 personnes

Installé dans la gare de Hakata, porte d'entrée de la région de Kyushu. Les 27 premiers matchs de la compétition ont été diffusés sur grand écran. De nombreuses activités et animations se sont déroulées. Concerts live, théâtres japonais traditionnel, talk-shows animés par des célébrités... mais également stands de boissons et de nourriture (plats locaux et nourriture des pays accueillis). Des initiations au rugby ont également été organisées. Dispositif intérieur.

Superficie : **1 627m²**. Capacité : **1 300 personnes**. Horaires : 12h-22h.

Kumamoto : 3 matchs, fréquentation totale de 50 723 personnes

Situé au centre de la ville, la Fan zone était située à proximité d'un complexe commercial. La Coupe du monde a été un moment important pour la population après le tremblement de terre qui a frappé la ville. Dispositif extérieur.

Superficie : 1705 puis **2 775 m²**. Capacité : 2075 puis **3 501 personnes**. Horaires : 11h-22h.

Oita : 5 matches, fréquentation totale de 114 901 personnes

Situé à proximité du centre-ville, devant la gare. Dispositif extérieur.

Superficie : **7 303m²**. Capacité : **6 600 personnes**. Horaires : 9h30-00h.

Les seize Fan zones ont réuni un **total de 1 137 288 personnes** (pour 1 718 176 de billets vendus). **Le record d'un million de personnes établi lors de la Coupe du Monde de Rugby 2015 a été battu.** La Coupe du monde au Japon est considérée comme une réussite, tant par la qualité du spectacle et le nombre de billets vendus (taux de remplissage de 99%) mais aussi grâce au succès remporté par les seize Fan zones réparties sur les douze villes-hôtes. Elles se sont parfois greffées à des **événements culturels déjà existants**. Majoritairement, elles avaient deux grands types de jauges : autour de 2 500 ou de 5 000 personnes. Elles ont été majoritairement en extérieur dans des parcs ou des grandes places mais aussi parfois en intérieur dans des lieux de flux notamment des **gares**.

B. Les villages de promotion du TOP 14

Dans le cadre de la promotion du Top 14, la Ligue nationale de rugby (LNR) a aussi organisé dans toute la France, des concepts de « *Villages rugby* » dans le cadre des demi-finales et finales de son championnat.

2011 : Le Village Rugby sur la plage du Prado de Marseille

2012 : Le village rugby sur la place du Capitole de Toulouse

Ce village a attiré 30 000 personnes qui, sur trois jours, sont venues profiter des activités proposées sur le site. Amateurs, pratiquants, curieux ou simples supporters, tous les publics se sont rencontrés autour de séances de dédicaces, de photos ou de tournois de rugby « à toucher ».

2013 : Le « Village rugby tour »

À travers cinq étapes (**Lyon, Strasbourg, Lille, Bordeaux, Nantes**) de deux ou trois journées, les populations ont pu gratuitement profiter des activités rugby mises en place (tournois, initiations, rencontres avec d'anciens internationaux, séances de dédicaces et de photos...). Les villages étaient organisés en 4 espaces :

- **Espace LNR et partenaires** : Rencontres avec plusieurs prestigieux « parrains » de la Ligue pour des dédicaces, animations sous les tentes des partenaires, exposition du Brennus et boutique officielle...
- **Espace Jeux** : tournois de rugby (entre écoles de rugby, partenaires...) mais également des initiations et des ateliers encadrés par des éducateurs et les « parrains » de la LNR.
- **Espace Fans** : Activités diverses et originales ayant en commun le ballon ovale : « Oval'Pétanque », course pour « Marquer l'essai », concours d'essai sur « l'Equalizer ».
- **Espace Matches** : pour suivre ou revivre sur écran géant les principales rencontres du championnat à l'approche des phases finales.

2015 : La « Rugby Party » sur le Champ de Mars à l'occasion de la finale du Top 14 au Stade de France

- **Un défilé** de trois heures sur quatre kilomètres autour d'une batucada composée de 500 percussionnistes (entrée au Livre Guinness des records) présentant le Bouclier de Brennus au public
- **Retransmissions sur écran géant** dès 10h du matin et diffusion de la finale
- **Village gratuit avec animations** : initiations au rugby, animations gonflables, rencontres avec des champions, hakas géants, food trucks, boutique officielle du

Top 14, concerts gratuits, DJ, émissions de radio en direct, espaces partenaires....

2017 : Le Village Rugby Tour

Valence, Montpellier, Vannes, Grenoble et Marseille les 26 et 27 mai pour les demi-finales, le dispositif itinérant a mobilisé plus de 85 clubs et comités pour un espace de plus de 2 500m². Entre 10 000 et 40 000 visiteurs ont été accueillis gratuitement dans chacune des villes.

- ***Espace jeux*** : rencontres et initiations avec les parrains de la LNR, des joueurs des clubs qualifiés, tournois de rugby « à toucher », Haka...
- ***Espace fan*** : animations ludiques et interactives (structures gonflables, ateliers de réalité augmentée...)
- ***Espace LNR/Partenaires*** : présence du Bouclier de Brennus, séances de dédicaces et animations (jeu-concours, quizz rugby, espace maquillage, écran géant...).

III. UN MODÈLE DE VILLAGE QUI NÉCESSITE SOUPLESSE ET ADAPTABILITÉ LOCALE

Le modèle de *Fan zones* défini lors de l'Euro de football 2016 n'apparaît pas spécialement comme un concept spécifique, tant les invariants, les clauses marketing et la situation sécuritaire ont structuré le modèle. Il n'en reste pas moins que **la volonté de disposer d'une marge dans l'établissement des Villages tenant compte des spécificités locales et de la stratégie d'accueil demeure une demande importante des villes d'accueil françaises.**

Au regard des premières pistes énoncées par l'association et les villes membres, plusieurs orientations peuvent être proposées dans l'affirmation d'un modèle répondant aux problématiques rencontrées par les communes mais également à leur stratégie.

A. Les enjeux majeurs structurants des lieux d'accueil des supporters

L'appréhension de la Fan zone répond à plusieurs problématiques que l'expérience, tant française qu'étrangère notamment dans le domaine du rugby, permet de recenser.

Les enjeux classiques

Selon les sports et les compétitions, de la Formule 1 aux Jeux olympiques en passant par le football (Coupe du monde, Euro...) et le Rugby, la dénomination et la structure des lieux d'accueil du public sont différents. Mais qu'importe leur dénomination, ces événements représentent une large communauté de points communs classiques à partir desquels des variantes peuvent se développer.

- **Cibles et stratégie : définir sa cible primaire, secondaire...**
 - ✓ Animation locale : lieu d'animation exclusivement pour les supporters ? lieu d'animation pour la population locale ? mixte animation / population et supporters ?
 - ✓ Jeunes, familles, tout âge... Qu'elles sont les principales cibles en termes de population ?
 - ✓ Touristes : Comment proposer un accueil attractif aux supporters-touristes des pays accueillis ? Quelle combinaison entre tourisme, animation et match ? packaging via office du tourisme ?

- **Définir ses animations**

- ✓ Retransmission gratuite, écran géant, signal gratuit
- ✓ Débit de boisson, sans conflit marketing
- ✓ Activation partenaires de l'événement ou de l'organisateur, merchandising
- ✓ Partenariats locaux
- ✓ Jeux, concours...
- ✓ Valorisation du sport, des clubs locaux, de la Fédération...
- ✓ Démonstration, animation par des professionnels, des animateurs sportifs (clubs...)
- ✓ Comment cibler et orienter les animations en fonction des besoins des supporters-touristes provenant des pays accueillis ou jouant sur la zone de la collectivité ? Comment proposer des animations pour la population s'appuyant sur les pays accueillis ?

- **Type de zone de célébrations**

- ✓ Taille : jauge restreinte ou très large ?
- ✓ Localisation : centre-ville ? proche du stade ? autre type gare ou lieu de flux ?
- ✓ Unicité ou multiplicité des lieux d'accueil dans la ville : un village unique ? des lieux de plus petites tailles disséminés ? mixité entre un lieu central et des animations dans plusieurs quartiers ?
- ✓ Parcours itinérant...

- **Engagements de l'Etat**

- ✓ Sécurité
- ✓ Financement

- **Engagements de l'organisateur**

- ✓ Permettre aux villes de disposer de partenaires locaux - hors des catégories des partenariats de l'organisateur - pour disposer de recettes et améliorer ainsi ses animations et les prestations offertes
- ✓ Obtenir des recettes pour les activations des partenaires nationaux et internationaux
- ✓ Possibilité d'utiliser la marque de l'événement
- ✓ Visibilité du site dans les supports de communication
- ✓ Stratégie de RSE ambitieuse

Les enjeux nationaux

L'Etat, dans le cadre de sa politique volontariste d'accueil de grands événements sportifs internationaux s'est donné comme objectif de faire de ces GESI « **des événements populaires qui touchent l'ensemble du territoire et rassemblent les Français**. Ils sont en effet le reflet de la capacité de la France à surprendre, à rayonner à l'extérieur de ses frontières avec une ingénierie et une créativité reconnues partout dans le monde».

La France s'est volontairement inscrite dans cette stratégie d'accueil des GESI depuis de nombreuses années avec, pour la séquence, comme point d'orgue les Jeux olympiques et Paralympiques de Paris en 2024.

Les GESI doivent mettre en valeur « **le savoir-faire français** », valoriser ses atouts économiques dans des domaines variés comme les transports, l'environnement, le bâtiment, la filière sport et événementielle, le numérique, la sécurité..., ou encore son attractivité touristique (service public, hôtellerie, transport, gastronomie...).

Un grand événement doit également avoir comme ambition de renforcer la **cohésion nationale, d'animer le territoire** et de promouvoir à destination des populations notamment des plus jeunes, les valeurs et les bienfaits du sport, la solidarité, la lutte contre les discriminations ou de l'éducation populaire.

L'accent est enfin mis sur les **personnes en situation de handicap**. « *Une attention particulière a été portée aux personnes en situation de handicap afin notamment de leur permettre d'accéder aux lieux (stades et fans zones) et aux temps de festivités dans de bonnes conditions, mais aussi de bénéficier des opportunités créées en termes d'emploi ou de bénévolat* ».

De fait, l'Etat par ses choix stratégiques choisit, au-delà du soutien économique notamment en termes de sécurité, des **orientations qui encouragent l'organisation de rassemblements populaires à l'occasion de la Coupe du monde de Rugby 2023**.

Il en est de même, à leur niveau, pour les organisateurs de l'événement (GIP France 2023) qui procède de leur stratégie à partir du cahier des charges de World Rugby et des acteurs locaux.

Les enjeux locaux

A ce jour, neuf des dix membres du collège France 2023 disposent de l'expérience de l'organisation et de l'animation de zones de célébration acquise lors de l'Euro 2016. Ils disposent de la pratique de la gestion d'un périmètre fermé et sécurisé permettant d'accueillir gratuitement des dizaines de milliers de supporters afin de visionner les rencontres sur des écrans géants, de participer à des animations sportives, marketing ou culturelles variées mais aussi de se restaurer.

De plus, la qualité du retour d'expérience mis en commun a également permis d'augmenter le niveau de compétence des différentes équipes des collectivités.

Cette compétence acquise par les collectivités publiques et les acteurs ayant participé à l'organisation de ces Fan Zones renforce encore le savoir-faire français reconnu dans l'accueil et l'organisation d'événements notamment sportifs.

Elle permet aussi de répondre aux besoins spécifiquement locaux et adaptés à la réalité de chaque territoire :

- ✓ Animation de quartiers et vie sociale
- ✓ Promotion et développement de la pratique sportive locale dans les clubs
- ✓ Attractivité touristique de la ville et de la métropole
- ✓ Promotion locale : gastronomie, tourisme, culture, artisanat...
- ✓ Acceptation sociale et politique
- ✓ Ambition environnementale
- ✓ Dispositif d'accueil des scolaires et des plus jeunes
- ✓ Héritage
- ✓ Partenariats locaux et recettes
- ✓ Engagements des autres collectivités et établissements publics locaux
- ✓ Articulation avec les projets de la billetterie sociale
- ✓ Visibilité du site et de la ville-hôte au sein du stade...

B. Les premières orientations des villes pour les « villages rugby »

Le rugby en France porte un imaginaire festif, de sociabilité « joyeuse », de convivialité liée à la « fameuse troisième mi-temps », de gastronomie du Sud-Ouest, de noms chantants et de figures hautes en couleur. Cet imaginaire est volontiers survalorisé par des stratégies mettant en exergue les valeurs locales, territoriales, du « terroir » à l'inverse du football plus « universel ». Le fait également que le rugby ne soit joué que par un nombre limité de nations renforce encore la différence avec le football.

Il est ainsi naturel que les villes-hôtes souhaitent s'appuyer sur cet imaginaire local, plus adapté au rugby et à son public. Les villes du Sud-Ouest insistent naturellement sur cet ancrage - **Toulouse comme Capitale du rugby** –, les autres villes d'accueil françaises ayant également intérêt à se mobiliser autour d'un **imaginaire convivial, local, sans hooligans et festif**.

La stratégie adoptée par chaque ville-hôte, si elle fait le choix de l'animation locale, peut s'appuyer sur les valeurs du rugby sans tomber dans la caricature du terroir qui ne convient naturellement pas à l'accueil des populations locales. A l'inverse, une stratégie à l'adresse

des touristes et des supporters peut naturellement porter une part d'animation et de loisir autour de la gastronomie.

Une vision commune

« C'est aux sites-hôtes de définir le concept de Villages qu'ils souhaitent mettre en place ».

Tel est le postulat du GIP France 2023, rappelé lors de l'entretien du mois de mai 2021 avec le bureau de TES. Sur cette base, les membres ont donc commencé à travailler pour penser les futurs lieux d'accueil du public. Ajoutons qu'à ce jour, seule la gratuité du signal est prévue.

Le cadre de réflexion pour les membres permet de dégager des positions communes :

- D'abord, le **terme « Villages rugby » a été préféré par l'ensemble des membres** de TES à celui de Fan zones comme correspondant plus aux valeurs du rugby et à l'esprit que les villes veulent promouvoir.
- Ensuite, si le signal est acté et gratuit, notons que contrairement à l'Euro 2016 de football, le village n'est pas imposé par l'organisateur et **qu'aucun financement n'est à ce stade prévu par le GIP**. Ce sont les villes et métropoles hôtes qui assument l'ensemble de la charge financière pour faire vivre le site. C'est d'ailleurs à ce double titre – pas d'obligation de créer un lieu d'accueil pour la retransmission des matchs, financement en totalité - **qu'elles souhaitent toutes disposer de nouvelles marges de manœuvre** pour animer leur territoire dans le respect de l'événement et de la stratégie des différents acteurs internationaux et nationaux.
- Enfin, c'est **un concept « à tiroir »** qui semble devoir être retenu avec des besoins, des moyens, des stratégies différentes sachant que les villes hôtes ne sont pas toute au même niveau de réflexion sur le concept de village.

Des interrogations collectives

Les dix villes et métropoles se sont réunies collectivement deux fois pour travailler ensemble sur les caractéristiques communes de leurs projets et partager les problématiques qui s'offrent à elles.

Les dix membres fondateurs de TES, malgré les nombreuses incertitudes à date, se sont alors posés collectivement les questions suivantes :

- ✓ Avez-vous bien l'intention de déployer un dispositif de ce type ?

- ✓ Si oui quels doivent être ses objectifs ?
- ✓ Votre concept est-il arrêté ou bien avancé ?
- ✓ Envisagez-vous un seul village ou des dispositifs plus locaux d'animation de type quartiers ou communes d'une métropole ?
- ✓ Avec quelle jauge ?
- ✓ Envisagez-vous un dispositif intérieur ou extérieur ?
- ✓ Envisagez-vous d'ouvrir sur toute la durée de la compétition ou uniquement certains jours ou pour certains matchs ?
- ✓ Un dispositif de type village vous semble suffisant en cas de bon parcours de l'Équipe de France ?
- ✓ Un plan spécifique d'activation en plus serait-il alors envisagé en plus pour les retransmissions (type stade ou grosse jauge habituelle) ?
- ✓ Avez-vous une première estimation de coût ?
- ✓ Avez-vous réfléchi au modèle économique de ce village rugby ?
- ✓ Le sujet de la sécurité a-t-il déjà été évoqué avec les autorités locales de l'État ? Comment l'appréhendez-vous ?
- ✓ Quelles sont, selon vous, les conditions de réussite d'un tel projet ?

Les incertitudes communes

- ✓ La **longue durée de l'événement** : deux mois d'immobilisation pour un lieu si le territoire s'engage du début jusqu'au bout des phases finales
- ✓ L'installation et l'utilisation de structures semi-pérennes pendant **une longue période, en semaine**, alors que les **matchs sont principalement programmés en week-end**
- ✓ L'engouement potentiellement différencié selon les territoires
- ✓ Des touristes majoritairement anglo-saxons mais aussi de potentiels supporters venant de destinations lointaines
- ✓ Les contraintes et incertitudes en terme de **météorologie** à l'automne : lieu couvert ou de plein air ?
- ✓ Les contraintes sur le sujet de la **sécurité** : peut-on réellement imaginer plusieurs lieux, plusieurs types d'animations ?
- ✓ Les interrogations sur les conséquences en 2023 de la **crise sanitaire pour les grands rassemblements publics**
- ✓ Aucun élément à disposition concernant **les partenariats, potentiels au niveau local ni ceux déjà proposés ou finalisés par le GIP ou World rugby**
- ✓ Difficulté de **penser tant l'organisation que les marchés publics et les budgets sans connaître les contraintes liées aux partenariats.**
- ✓ L'articulation avec le projet de France 2023 des « **marchés terroirs** ».

C. Les projets respectifs des villes

Bordeaux

Dispositif et concept : La métropole et la ville souhaitent clairement déployer un dispositif mais à ce stade « *le concept n'est pas encore totalement arrêté* ». Bordeaux imagine pour le moment un double programme avec l'installation d'un Village rugby dans le centre de la ville (dispositif extérieur) mais également « *des mini-villages dans d'autres lieux de l'agglomération, en partenariat avec les communes intéressées* ». Des dispositifs itinérants pourraient ainsi être étudiés.

La volonté de Bordeaux est de proposer au public un événement « *à taille humaine ... avec un impact économique positif pour les acteurs du territoire : restauration, hébergement, visites, etc.* » permettant d'accueillir à la fois les supporters et la population locale.

La question des jours et de la durée d'ouverture est posée.

Nombre de matchs accueillis dans la ville : 5

- ✓ Irlande – Europe 2 : 9 septembre
- ✓ Pays de galles – Fidji : 10 septembre
- ✓ Océanie 1 – Amériques 2 : 16 septembre
- ✓ Afrique du Sud – Europe 2 : 17 septembre
- ✓ Fidji – Europe 1 : 30 septembre

Lille

Dispositif et concept : la Métropole européenne de Lille veut proposer un dispositif couvert en raison des contraintes météorologiques au mois de septembre et octobre. Deux options sont à l'étude, soit un espace de taille moyenne déjà existant (cinq à six mille personnes), soit un dispositif semi existant avec un grand espace couvert par un chapiteau et une jauge de 15 000 à 20 000 personnes. Il n'y aura pas dispositif itinérant mais potentiellement des animations locales organisées par les clubs de rugby.

Activation : Matches de l'équipe nationale et ceux se déroulant au stade Pierre Mauroy.

Nombre de matchs accueillis dans la ville : 5

- ✓ France – Amériques 1 : 14 septembre
- ✓ Angleterre – Amériques 2 : 23 septembre
- ✓ Ecosse – Europe 2 : 30 septembre
- ✓ Angleterre – Océanie 1 : 7 octobre
- ✓ Asie/Pacifique 1 – Europe 2 : 8 octobre

Lyon

Dispositif et concept : Les services de la Ville de Lyon ont travaillé sur différentes hypothèses en attente de validation politique. Ils proposent une zone de retransmission des matchs dans le quartier de Gerland, proche du Matmut Stadium qui pourrait être :

- Soit en extérieur dans le parc de Gerland (petite prairie) en capacité d'accueillir 15 000 personnes
- Soit en intérieur dans le Palais des sports de Gerland avec une capacité de 6 000 personnes.

En fonction du contexte sécuritaire et suivant l'avis de la Préfecture, des animations pourraient être envisagées aux alentours de ce village principal sur l'espace public (parc ou place).

Une réflexion est également menée pour organiser un village d'animations itinérant, qui pourrait être déployé tour à tour dans les 9 arrondissements de la ville ainsi que dans les autres communes de la Métropole.

Activation : Matches accueillis à Lyon et phases finales.

Nombre de matchs accueillis dans la ville : 5

- ✓ Pays de Galles – Australie : 24 septembre
- ✓ Amériques 1 – Afrique 1 : 27 septembre
- ✓ Nouvelle- Zélande – Italie : 29 septembre
- ✓ Nouvelle-Zélande – Amériques 1 : 5 octobre
- ✓ France – Italie : 6 octobre

Marseille

Dispositif et concept : La ville n'a encore présenté de concept « village » mais s'oriente, selon les services, vers l'installation d'un village central pour une jauge maximale de 5 000

personnes et « d'opérations satellites », « dispersés » pour toucher le plus d'habitants. La question de la « labellisation » de bars, de lieux pourrait être posée. La mise à disposition (à définir) d'écran de tailles moyennes à importantes pourrait permettre le développement de plusieurs lieux de retransmission (parcs en lien avec d'autres animations pour limiter les contraintes de la police), bars etc. en permettant à la fois de vivre l'événement en commun tout en permettant de proposer un spectacle de bonne qualité visible sur des écrans de bonne taille.

Nombre de matchs accueillis dans la ville : 6

- ✓ Angleterre – Argentine : 9 septembre
- ✓ Afrique du Sud – Ecosse : 10 septembre
- ✓ France – Afrique 1 : 21 septembre
- ✓ Afrique du Sud – Asie/Pacifique 1 : 1er octobre
- ✓ Quart de finale 1 (Vainqueur poule C – second poule D) : 14 octobre
- ✓ Quart de finale 2 (Vainqueur poule C – second poule C) : 15 octobre

Nantes

Dispositif et concept : Contrairement aux autres villes, Nantes n'a pas déployé de dispositif lors de l'Euro 2016. Le concept n'est pas totalement arrêté mais la ville, en réflexion avec le Comité local de coordination, souhaite proposer un dispositif autour de « plusieurs micro-villages éphémères ». L'objectif est de travailler avec les acteurs locaux et les pays des délégations accueillis à Nantes.

Activation : Matchs accueillis

Nombre de matchs accueillis dans la ville : 4

- ✓ Irlande – Asie/Pacifiques 1 : 16 septembre
- ✓ Argentine – Amériques 2 : 30 septembre
- ✓ Pays de galles – Europe 1 : 7 octobre
- ✓ Japon – Argentine : 8 octobre

Nice

Dispositif et concept : un dispositif sera installé mais le « concept n'est pas arrêté, des études de faisabilité sont en train d'être menées ». À Nice, encore plus qu'ailleurs au regard des attentats, la question de la sécurité est un « sujet important et sensible » qui déterminera en partie la déclinaison du concept. À ce jour, deux options : reproduire le même dispositif

que la Fan zone de l'Euro 2016 (15 000 personnes) ou « proposer un concept alternatif avec un amphithéâtre plus ouvert, une capacité de 3 000 personnes, une sécurité maîtrisée et un concept axé sur des animations dans quelques quartiers qui concentrent de l'activité commerciale (bars, restaurants etc.). »

Activation : Équipe de France, matchs se déroulant à Nice et éventuellement phases finales.

Nombre de matchs accueillis dans la ville : 4

- ✓ Pays de Galles – Vainqueur du Tournoi Final : 16 septembre
- ✓ Angleterre – Japon : 17 septembre
- ✓ Italie – Amériques 1 : 20 septembre
- ✓ Écosse – Asie/Pacifique 1 : 24 septembre

Paris

Dispositif et concept : La Ville de Paris n'est pas ville d'accueil de matchs mais sa proximité avec le Stade de France et sa position centrale en font une dixième ville de l'événement. Dispositif de Village rugby non arrêté à ce jour. Probablement, un grand « lieu couvert ou en partie couvert qui pourrait assurer d'autres fonctionnalités demandées par le GIP (mégastore et centre de presse) ». De multiples écrans seraient positionnés, *indoor* et/ou *outdoor* selon la météorologie pour des ambiances plus restreintes qu'avec un seul et unique grand écran. La question des horaires d'ouverture est posée en fonction notamment des publics (scolaires etc.). Des opérations et animations clubs ou fédération de rugby pourraient être proposées ainsi que l'ensemble des animations d'une zone de retransmission classique. Au-delà du Village, « une zone de retransmission sur écran géant dans un stade pourrait être activée si besoin en fin de compétition selon les résultats de l'Équipe de France ».

Activation : À déterminer notamment en fonction des matchs qui auront lieu au stade de France et des résultats de l'Équipe de France pour la retransmission dans un stade.

Saint-Denis

Dispositif et concept : non définitif à ce jour. Le projet d'un Village rugby sous « un grand espace couvert type *bodega*, à proximité du Stade de France sur le lieu de passage des spectateurs, pour faire un village d'accueil des supporters avec retransmission géante » est en réflexion. L'ensemble du dispositif proposerait les matchs, le Village et le potentiel « marché terroir » du GIP. La gestion des flux dans le périmètre du stade nécessite une

réflexion approfondie pour ne pas poser de problème en termes de sécurité. Besoin d'affiner, de disposer du montant des ressources et de la position de la Préfecture.

Activation : À déterminer selon l'équilibre financier. Attente d'une « aide financière des partenaires du GIP, car le village sera dans le périmètre des 500 mètres du Stade de France ». C'est le modèle économique des apports qui permettra de définir si l'activation a lieu uniquement pour l'équipe de France et les matchs à Saint-Denis ou peut être élargie.

Nombre de matchs accueillis dans la ville : 10

- ✓ France – Nouvelle-Zélande : 8 septembre
- ✓ Australie – Europe 1 : 9 septembre
- ✓ Afrique du Sud – Irlande : 23 septembre
- ✓ Irlande – Ecosse : 7 octobre
- ✓ Quart de finale 2 (Vainqueur poule B – second poule A) : 14 octobre
- ✓ Quart de finale 4 (Vainqueur poule A – second poule B) : 15 octobre
- ✓ Demi-finale 1 (Vainqueur QF1 – Vainqueur QF2) : 20 octobre
- ✓ Demi-finale 2 (Vainqueur QF3 – Vainqueur QF4) : 21 octobre
- ✓ Match pour la 3e place : 27 octobre
- ✓ Finale : 28 octobre

Saint-Etienne

Dispositif et concept : Réflexion avancée. Village rugby de type « Fan zone comme pour l'Euro 2016 », avec une jauge maximale de 13 000 personnes, en extérieur (en centre-ville sur le site du musée de la mine de Saint-Etienne) ou en intérieur (sur le cheminement d'accès au stade au nouveau Parc des Exposition), zone partenaires, écrans géants, zone d'animations sportives autour du rugby, espace restauration... Ce village serait couplé avec un bus itinérant qui pourrait proposer, dans certaines collectivités de la Métropole, des retransmissions et des animations. Des rediffusions par des associations dans des locaux associatifs pourraient être organisées.

Activation : Équipe de France, matchs accueillis et phases finales.

Nombre de matchs accueillis dans la ville : 4

- ✓ Italie – Afrique 1 : 9 septembre
- ✓ Australie – Fidji : 17 septembre
- ✓ Australie – Océanie 1 : 22 septembre
- ✓ Australie – Vainqueur du Tournoi Final : 1er octobre

Toulouse

Dispositif et concept : La ville proposera un dispositif dans l'esprit de ce qui a été réalisé pour l'Euro 2016, à savoir « un grand lieu d'accueil du public en centre-ville pour accueillir le maximum de monde. Les objectifs seront de limiter/concentrer les rassemblements sur l'espace public ». Toulouse s'oriente donc vers un vaste Village rugby capable de recevoir gratuitement « de 20 000 à 40 000 personnes ». L'espace de retransmission sera complété par des espaces d'animations. Un programme d'accompagnement à l'échelle de la Métropole (stands itinérant) est également en réflexion. Selon la ville, le projet ne peut être une réussite sans les conditions favorables pour l'activation de partenariats locaux.

Activation : Équipe de France, matchs accueillis au Stadium et phases finales.

Nombre de matchs accueillis dans la ville : 5

- ✓ Japon – Amériques 2 : 10 septembre
- ✓ Nouvelle-Zélande – Afrique 1 : 15 septembre
- ✓ Europe 1 – Vainqueur du Tournoi Final : 23 septembre
- ✓ Japon – Océanie 1 : 28 septembre
- ✓ Fidji – Vainqueur du Tournoi Final : 8 octobre

Des lignes directrices, un concept « à tiroirs »

- ✓ L'ensemble des villes et métropoles s'oriente **vers un concept adapté à leur environnement propre et à leur stratégie sans que cela n'entre en conflit avec les premières lignes directrices du GIP**. Au contraire, les villages rugby s'inscrivent bien dans l'imaginaire présenté par France 2023 (terroir, gastronomie, tradition, fête... mais également développement durable). La Charte RSE consolide encore ce positionnement.
- ✓ Les villages rugby confortent ici l'idée **d'un concept « à tiroirs »**. Il existe en effet de larges points communs entre les propositions des membres de TES mais des différences apparaissent principalement autour **de la jauge, d'un village central avec ou sans animations de quartiers**. Nantes se distingue à ce jour par des animations de proximité conçues autour des pays accueillis pour la compétition, sans grand village.
- ✓ Les invariants des zones de célébration, tels que présentés plus haut, sont repris (écran géant, débit de boisson, animations sportives, activations partenaires...).

- ✓ Tous les membres souhaitent, à ce stade, proposer **la diffusion des matchs se déroulant sur leur territoire et les rencontres de l'équipe de France**. Un certain nombre propose également la diffusion des phases finales mais la durée d'immobilisation et les coûts pourraient être rédhibitoire pour une Coupe du monde qui doit durer deux mois.
- ✓ Les **questions relatives au budget des Villages sont encore en suspens et attendent des réponses liées aux marges de manœuvre des villes sur de potentiels partenariats à nouer, sur les activités commerciales, sur la tarification éventuelle des sponsors officiels de la Coupe du monde et de World rugby, sur des aides financières ou en nature** (comme les écrans, la sonorisation...), de la situation sécuritaire et du soutien financier de l'État. A ce stade, nous constatons que le volume budgétaire envisagé par les villes, qui, ne disposant pas de l'ensemble des éléments, est **très largement inférieur à celui de l'Euro 2016**. Nous pouvons tout de même signifier que les premières indications permettent **d'envisager des dispositifs de qualité**.
- ✓ Enfin, concernant la sécurité des villages et des animations, les collectivités n'ont pas encore organisé avec leur préfecture de réunion de cadrage sur l'événement. Cependant, les consignes nationales de sécurisation des dispositifs s'appliqueront (site sous vidéo-surveillance, site fermé, fouille à l'entrée, criblage de l'ensemble du personnel et prestataires...).
- ✓ Les villes souhaitent travailler avec la Fédération de rugby et les ligues en définissant par exemple des actions pour aller **chercher un nouveau public et aider les clubs à retrouver des licenciés** (tournois, animation par quartiers...)
- ✓ Elles veulent enfin proposer des animations innovantes tant au niveau du sport que de **la gastronomie** ou l'artisanat.

IV. UN ÉQUILIBRE ÉCONOMIQUE QUI NÉCESSITE L'IMPLICATION DE L'ORGANISATEUR

A. Le dispositif type d'une zone de célébration

Trois axes, interdépendants, constituent l'installation d'un dispositif type de Zone de célébration.

1. Le dispositif de coordination

- Définition du **concept**

- ✓ Définition de la stratégie par les acteurs intervenants : Villes et métropoles, TES et organisateur France 2023
 - ✓ Financement du projet
 - ✓ Définition des objectifs de la zone
 - ✓ Accessibilité de la zone
 - ✓ Définition du type de partenaires et expression des besoins
 - ✓ Choix des acteurs (privé, public, associatif) et des produits (*merchandising*)
 - ✓ Type d'animations
- **Pilotage** du projet
 - ✓ Réalisation et mise en œuvre du rétroplanning précis
 - ✓ Création des organes de direction / décision
 - ✓ Coordination de l'ensemble des parties prenantes
 - ✓ Sélection des prestataires
 - ✓ Suivi budgétaire
 - *Coordination avec la **Préfecture** concernée*
 - ✓ Présentation du projet et prise d'informations
 - ✓ Dépôt du dossier d'instruction auprès des autorités
 - ✓ Révision en conséquence si nécessaire du projet
 - ✓ Dispositif de circulation et accessibilité du site et plus largement de la zone
 - ✓ Coordination du dispositif sûreté / force de l'État
 - ✓ Commission de sécurité

2. Le dispositif de marketing et de communication

- *Définition du **plan de communication***
 - ✓ Budget
 - ✓ Définition de la stratégie de communication
 - ✓ Définition des cibles
 - ✓ Déclinaisons de la communication par outils et par messages
- *Création **identité visuelle***
 - ✓ Définition de la charte graphique du site, en lien avec le cahier des charges
 - ✓ Définition des déclinaisons
 - ✓ Réalisation des outils de communication

- *Création et déclinaison de la **signalétique***
- *Plan de **partenariat***
 - ✓ Détermination et validation des règles marketing de l'événement
 - ✓ Recherche de partenariat si possible
 - ✓ Définition des dispositifs d'activation des partenaires et exposants.
 - ✓ Coordination des partenaires sur site

3. Le dispositif opérationnel

- *Mise en **configuration***
 - ✓ Plans techniques du Village
 - ✓ Définition des besoins et des systèmes de fourniture de l'énergie/fluides
 - ✓ Organisation et gestion du nettoyage
 - ✓ Conception des éléments de structures
 - ✓ Définition et commande des besoins mobiliers et numériques
 - ✓ Définition du planning de montage/démontage
- ***Équipements et animations***
 - ✓ Définition et choix des prestataires
 - ✓ Définition des besoins de la structure
 - ✓ Définition des besoins des prestataires
 - ✓ Réalisation des retroplannings
 - ✓ Activation des espaces / animations
- ***Sécurité, sûreté, santé, secours***
 - ✓ Estimation des jauges attendues et déclinaison par journées
 - ✓ Définition des dispositifs entre l'Etat et la collectivité
 - ✓ Réalisation des plans de positionnement et de barriérage
 - ✓ Définition des conditions d'accès par population
 - ✓ Définition circuits d'accès pour les secours
 - ✓ Sécurité privé et agents d'accueil (formation etc.)
 - ✓ Déclinaison des besoins entre l'ensemble des acteurs
- ***Personnel***
 - ✓ Définition des besoins
 - ✓ Processus de recrutement
 - ✓ Réalisation des plannings

- ✓ Formation

- **Entretien**

- ✓ Maintenance du site
- ✓ Gestion des déchets
- ✓ Nettoyage

- **Restauration**

- ✓ Quelle restauration, quelles options, quelles possibilités ?
- ✓ Définition du type de contractualisation et de financement du projet

- **Recyclage et développement durable**

- ✓ Application de la politique de développement durable de la collectivité
- ✓ Information des différents acteurs du site notamment restaurateurs/bars dans un cahier des charges
- ✓ Application des politiques de recyclage, réutilisation, revalorisation sur le site

B. Un équilibre économique à trouver

Trois variables structurantes doivent permettre de **déterminer les besoins et moyens** qui seront nécessaires à la bonne réalisation et à la mise en œuvre du concept des villages rugby. Elles détermineront également les **recettes potentielles** qui pourront être dégagées :

- La jauge
- Le format
- Le véhicule juridique

1. La jauge

Premier critère qui impactera fortement les moyens mis en œuvre pour la réalisation du village, la jauge déterminera le curseur qui devra être mis sur le **dimensionnement des différentes charges** qui seront engagées (sécurité, secours, cloisonnement, habillage, nombre d'écrans, etc.).

Cette jauge, qui déterminera le nombre de visiteurs quotidien du village, permettra également de déterminer le **montant des recettes espérées** lors de l'activation de la zone

(restauration et boissons, privatisations et hospitalités, montant crédits GESI, sponsoring et partenariats).

2. Le Format

A la lecture des projets exprimés à date par les villes, **deux typologies de format** se dégagent pour la réalisation des Villages Rugby :

- **Village unique et fixe en centre-ville**
 - ✓ C'est le format classique, exploité lors de l'Euro 2016
 - ✓ Il permet de mutualiser des coûts d'immobilisation et d'optimiser les coûts de montage et démontage
 - ✓ Il entraîne des coûts relativement importants nécessaires à sa sécurisation
- **Village itinérant et/ou démultiplié dans l'agglomération**
 - ✓ Format plus léger
 - ✓ Entraîne néanmoins des coûts logistiques réguliers importants (transport, montage, démontage)
 - ✓ Service minimal croix rouge, matériel technique, service secours
 - ✓ Négociations locales avec les Préfectures sur la sécurisation qui peuvent parfois avoir des positions différentes

3. Le Véhicule Juridique

Deux véhicules juridiques sont possibles pour la réalisation des Villages rugby :

- Soit d'une part le modèle en **régie**,
- Soit une **gestion externalisée**. Dans cette seconde configuration, plusieurs possibilités existent :
 - ✓ La convention d'occupation du domaine public
 - ✓ Le marché public
 - ✓ Le contrat de concession

Ces deux voies potentielles vont déterminer en grandes partie les modalités qui détermineront la rentabilité du dispositif :

- *Son financement* : supporté par la collectivité publique, ou bien par le concessionnaire ou l'occupant.
- *Ses recettes* : perçues selon les modalités prévues par le montage réalisé (par la collectivité ou bien le concessionnaire ou l'occupant).

Plusieurs critères entrent en ligne de compte pour définir son choix :

- ✓ Le niveau de contrôle exercé par la collectivité publique sur le Village
- ✓ L'équilibre économique
- ✓ Le partage des risques
- ✓ L'articulation du montage avec les contraintes spécifiques de chaque village
- ✓ Le recrutement, l'organisation et la gestion du personnel

Comparaison des principaux montages disponibles

Type de Montage	Régie	Convention d'occupation du domaine public	Marché	Concession
Expression d'un besoin	/	Non	Oui	Oui
Financement	Directement financé par la collectivité publique	Supporté par l'occupant et redevances d'occupation du domaine public	Directement financé par la collectivité publique (coûts partiellement compensés si recettes annexes)	Supporté partiellement ou totalement par le concessionnaire
Maîtrise du projet	Maîtrise complète de la collectivité publique	Contrôle de la collectivité publique limité à la protection et à la valorisation du domaine public	Définition du projet et contrôle par la collectivité publique	Externalisation de l'exploitation et transfert du risque, mais maîtrise renforcée du projet par voie contractuelle
Modalités de passation	Absence de mise en concurrence	Mise en concurrence et publicité limitée (ex. : appel à projets/AMI)	Procédure de publicité et de mise en concurrence prévue par le CCP	Procédure de publicité et de mise en concurrence prévue par le CCP

C. Les principales charges et recettes prévisionnelles

1. Les charges

Quelles que soient les variables prises en compte par les collectivités (jauge, format, véhicule juridique), l'activation des Village Rugby 2023 entrainera le financement de charges nécessaires à l'installation du dispositif.

Les charges permettant de livrer le minimum requis pour l'organisation de Village Rugby sont :

- **La diffusion du signal TV**

- ✓ Implique la mise en place d'un ou plusieurs écrans géants. Leur nombre ainsi que leurs dimensions dépendront essentiellement de la jauge du dispositif

- ✓ La sonorisation devra, elle aussi, être adaptée au volume de visiteurs attendu dans la zone

▪ **La sécurité**

Poste de dépense très important, la collectivité doit prendre à sa charge les coûts liés à l'accès et à la sécurité intérieure du dispositif. Cela concerne notamment :

- ✓ Cloisonnement et étanchéité de la zone
- ✓ Contrôle d'accès du public
- ✓ Sécurité intérieure pendant l'accueil du public
- ✓ Gestion des évacuations de secours éventuelles
- ✓ Gardiennage du dispositif lors des périodes de non-activation
- ✓ Lien avec les autorités locales

▪ **Les secours**

- ✓ Mise en place d'un plan de secours à l'intérieur du dispositif
- ✓ Moyens humains et matériels nécessaires à la mise en œuvre de ce plan

▪ **L'habillage / la signalétique**

- ✓ Dispositif nécessaire permettant de diriger les différents flux du public dans la zone, la signalétique est indispensable au fonctionnement du Village. Elle est nécessaire afin de garantir une expérience fluide au le public
- ✓ L'habillage est également un élément indispensable ; Il permet de donner une identité et une cohérence visuelle au dispositif (*covering*, arche d'entrée, habillage cloisonnement, habillage écrans géants, etc.). Il peut être commun à l'ensemble des Villages ou individualisé.

▪ **Les animations**

- ✓ Mise en place avec les clubs et l'écosystème local du rugby pour l'initiation à la pratique
- ✓ Activations des partenaires
- ✓ Moyens humains et matériels nécessaires à la mise en œuvre de ce plan dont potentiellement la filière d'animation sportive municipale

▪ **Estimation du volume des charges**

Le tableau ci-après présente des **estimations de charges pour les principaux postes de dépenses** nécessaires à l'activation d'un dispositif de Village fixe en centre-ville.

Ces estimations sont évaluées selon trois niveaux de jauges différentes :

- Jauge petite : de 2 000 à 2 500 visiteurs par jour
- Jauge moyenne : de 10 000 à 15 000 visiteurs par jour
- Jauge importante : de 30 000 à 40 000 visiteurs par jour

Ces coûts sont estimés sur une **base de 20 jours** d'activation ce qui correspond peu ou prou au nombre de jours d'ouverture prévus par les villes dans leurs premiers projets présentés.

Ces coûts tiennent compte des coûts logistiques de chaque dispositif (installation, démontage) ainsi que des coûts humains et des coûts d'immobilisation du matériel.

Elles constituent **le socle de dépenses minimales en dessous duquel il est quasi impossible de descendre**. Ces premières évaluations générales **ne sont nullement un coût complet des dispositifs qui sera bien plus important et variable selon la nature des projets et l'importance des animations et activités proposées**.

	ECRANS et SONORISATION (personnel inclus)			HABILLAGE budget estimatif	SECURITE et COORDINATION PCS			SECOURS	
	Taille (m2)	Nombre	Fourchette budgétaire		Nombre ADS	Budget ADS	Budget Matériel barrière/ Accès	Dispositif	Fourchette budgétaire
Jauge 2 000 - 2 500pax	10m ²	1	10k€/ 15k€	15k€		45k€	10k€	Secouristes	5k€
Jauge 10 000 - 15 000pax	20m ²	1	30k€/ 35k€	50k€	env. 4500 h	150k€	80k€	Secouristes + ambulance	20k€
Jauge 30 000 - 40 000 pax	45m ²	1	40k€/ 45k€	75k€		250k€	100k€	Secouristes + ambulance	40k€

2/ Les recettes

Les Villages Rugby 2023 devront permettre aux collectivités de générer des revenus afin de financer tout ou partie des charges liées à leur organisation. Nous dénombrons **quatre grandes sources potentielles de recettes** pour les Villages :

a. Restauration et boisson

C'est le **poste de recette principal**, il est clef pour assurer des revenus aux collectivités et la viabilité du dispositif. Le service continu de boissons et de restauration doit être **un élément central** du concept du Village.

En plus de son potentiel économique, le dispositif de restauration et de boisson est un **levier important** permettant à la collectivité locale de faire rayonner sa culture locale et de mettre en valeur ses commerçants.

- Le véhicule juridique choisi pour le village, ainsi que les contrats établis avec les différents prestataires de restauration impacteront fortement les revenus finalement perçus par la ville :
- Redevance selon le volume d'espace, de mètre carré occupé
- Et/ou commission sur le pourcentage du chiffre d'affaires réalisé par l'opérateur

Ci-dessous est présenté un tableau estimatif des revenus potentiels de restauration et boisson.

Ce tableau tient compte de la variable de jauge présentée plus haut lors de l'estimation des charges du dispositif. Il prend par ailleurs en compte des hypothèses suivantes :

- *Nombre de jour d'activation : 20 jours / 20 matchs retransmis*
- *Panier moyen par jour et par visiteur compris entre quatre et six euros*

	ESTIMATION RECETTES BUVETTE	
	<i>Hypothèse Basse</i>	<i>Hypothèse Haute</i>
Jauge 2 000 - 2 500pax	180 000 €	270 000 €
Jauge 10 000 - 15 000pax	1 000 000 €	1 500 000 €
Jauge 30 000 - 40 000 pax	2 800 000 €	4 200 000 €

N.B. Ces montants ne constituent pas des recettes pour les collectivités mais **des estimations pour les assiettes des redevances**.

b. Privatisation d'espaces

C'est un moyen pour les collectivités **d'optimiser la rentabilité du dispositif**. En louant des espaces privés dédiés, les villes peuvent dégager des revenus. Ces espaces spécialement aménagés en lieu d'hospitalité peuvent être mis à la disposition d'entreprises locales pour l'organisation d'évènements privés.

Les coûts relatifs à la mise en configuration de l'espace, ainsi que les prestations de *catering* dédiés, sont absorbés par le montant de location de l'espace défini par la collectivité.

c. Les Crédits GESI

Ces crédits de l'État sont indispensables à la viabilité économique de tels dispositifs (voir infra).

d. Sponsors et partenariats éventuels

Cette source de revenus potentielle est **soumise aux discussions qui devront être menées avec France 2023**.

Ces discussions devront permettre de répondre à deux questions clefs :

- **Dans quel cadre les villes pourront intégrer les sponsors World Rugby et France 2023 ? et dans quelles mesures elles pourront les faire participer financièrement ?**
 - ✓ Quelles seront les modalités de ces accords ?
 - ✓ Comment les collectivités pourront-elles facturer le droit de présence des partenaires de la compétition ?

- **Quelle sera la liberté offerte aux collectivités pour activer leurs propres partenaires ?**
 - ✓ Possibilité d'activer les partenaires locaux de leur choix
 - ✓ Limitation à certains secteurs d'activité non concurrentiels des partenaires de France 2023

Lors de l'Euro de football 2016, le dispositif d'échanges entre le CDS et l'Organisateur a démontré sa pertinence (seule la question de la gratuité des transports n'a pas trouvé de solutions) et a permis un meilleur équilibre entre les parties. Ainsi, les villes hôtes ont obtenu un certain encadrement du domaine d'exclusivité commerciale des partenaires de l'UEFA. Les villes ont pu définir de nouveaux partenariats et disposer « **d'un droit à générer des**

recettes complémentaires par la désignation de quatre partenaires privés et de deux partenaires publics locaux », même si « ce droit a été limité à quelques secteurs d'activités, à l'exclusion de toute entreprise commercialisant des produits ou des services de même catégorie que ceux des sponsors officiels de l'UEFA⁹ ».

V. L'INDISPENSABLE ENGAGEMENT DE L'ÉTAT

A. Pour les missions régaliennes de sécurité

Les conditions de sécurité pour l'accueil de la Coupe du monde de rugby n'évolueront probablement pas, notamment concernant le risque terroriste. Si les dispositifs seront probablement adaptés **au risque moindre de débordements de type hooligans, la menace terroriste devrait de son côté rester à un niveau très élevé.**

L'accueil du public devra respecter les grands principes en matière de sécurité et de sûreté avec une attention particulière pour les matchs à forts enjeux ou retombées médiatiques. Bien entendu, en termes de sûreté, le choix d'un site unique Village rugby sur un lieu permettant un contrôle rapide, une bonne gestion des flux d'entrées et d'évacuation, est à privilégier. **Un équilibre devra être trouvé entre la volonté festive et les impératifs de sécurité.**

La concertation sera conduite par les Préfets.

Une claire répartition des tâches sur les questions de sûreté et de sécurité devra ainsi réalisée entre l'ensemble des acteurs et validée dans le cadre d'une convention. La sécurité des abords des Villages jusqu'aux zones impactés dans un périmètre élargi devrait être

⁹ Cour des comptes, op. cit.

assurée par la police et la gendarmerie. Le positionnement de la police municipale devra trouver sa place dans cette collaboration étroite notamment avec la police nationale. La sécurité à l'intérieur du site et la gestion des accès seront assurées par des prestataires de sécurité privée des villes. Des procédures seront à définir pour la bonne articulation avec les interventions à l'intérieur du périmètre des forces de police.

En termes de sûreté, les Villages situés sur l'espace public devront être **clos, spacieux, modulable, leur accès contrôlable et délimité**. L'ensemble des ressources humaines devra être accrédité, formé et doté de moyens de communication en réseau sous la direction de l'organisateur. Un PC sécurité sera nécessaire.

La définition des risques devra faciliter la compréhension des effets de la menace et permettre sa résorption à un niveau minimal. La période de planification devra également prévoir la réalisation des différentes études préalables et la définition en commun des besoins de sécurité et de sûreté prévisionnels en termes humains, matériels, ainsi que les positionnements respectifs.

Elle devra prévoir les différentes mesures de protection de la zone (humains et physiques anti-intrusions) tout en facilitant l'accès aux différents types de secours. La bonne gestion des flux en fonction du calendrier d'activation du Village devra permettre d'anticiper la présence des forces de l'ordre et l'offre de transports (en période de flux ou de crise).

La formation puis la mise à disposition d'agents de sécurité accrédités pour gérer la multiplication des couloirs d'accès (femmes et hommes, entrées et sorties, accessibilité PMR...) devra être prévue et organisée. Ses agents devront être en capacité de gérer les troubles situés à l'intérieur du Village.

L'accès au site sera sécurisé par des mesures d'accueil renforcées et systématiques telles que la **palpation, la vidéosurveillance permanente, la détection des métaux, l'interdiction des objets volumineux et des bagages**. La modélisation des délais d'intégration de l'ensemble de la jauge à l'intérieur du site d'accueil, dans un temps limité à compter de son ouverture, doit permettre d'optimiser le dimensionnement des agents de contrôle nécessaires à la réalisation de ces opérations.

La réglementation en termes de **vente et de consommation d'alcool** à l'intérieur du Village rugby devra être débattue et précisée localement. C'est un point d'équilibre central entre l'impératif sécuritaire et celui du modèle économique.

En raison de la **dimension nationale de l'événement** et de la nécessaire implication de l'État dans ses missions régaliennes, TES n'imagine, bien entendu, qu'une **gratuité pour les forces du maintien de l'ordre**.

L'association est également favorable à toutes les évolutions réglementaires qui s'avèreraient nécessaire afin de **permettre l'indispensable « criblage » de l'ensemble des collaborateurs et prestataires** de la zone.

B. Pour son financement au titre d'évènement de dimension nationale

Le financement public des grands événements sportifs (GESI) participe « *de la politique sportive nationale et de la stratégie internationale de l'Etat dans le champ du sport* ». Il traduit sa volonté d'inclure les grands événements sportifs dans une dynamique d'héritage au service du développement de la pratique sportive dans les territoires.

La Direction des sports du ministère a publié en avril 2019 une note « *d'instruction relative aux demandes de soutien financier de l'Etat pour l'organisation des GESI* » Cette note présente aux organisateurs d'événement les modalités « *quant à la nature et au montant des soutiens éventuels dont ils pourront bénéficier* ».

Ce soutien vise trois objectifs dont désormais celui « **d'accompagner et valoriser l'implication des collectivités territoriales hôtes sur la base de projets d'animation territoriaux** », qui répond parfaitement aux projets d'installer des Villages rugby et autres animations locales lors de la prochaine Coupe du monde de rugby 2023.

Il est désormais explicitement prévu que soient éligibles « **les projets d'animation mis en place par les collectivités hôtes afin d'assurer un impact durable de l'événement sur le territoire** et de *l'inscrire pleinement dans les politiques conduites en faveur du développement des activités physiques et sportives* ».

Il convient également de noter que « *toutes les initiatives d'ouverture au public en amont et pendant l'événement seront également favorablement accueillies lors de l'analyse des dossiers* ».

TES se félicite de cette évolution récente favorable aux collectivités territoriales et de l'excellente collaboration qu'elle a engagé avec la Délégation Interministérielle aux Grands Évènements Sportifs (DIGES).

Recommandation

Territoires d'Événements Sportif demande que la DIGES et les services instructeurs de l'État exposent, en amont, les modalités de subvention à l'ensemble des villes et métropoles puis **examinent avec attention et bienveillance l'ensemble des projets de Village rugby de ses membres.**

Recommandation

Il est impératif de veiller à **la bonne articulation entre les exigences de l'État** (Charte des 15 engagements Écoresponsables du ministère des sports) **avec celles de la Charte RSE de l'organisateur France 2023** pour éviter les incohérences ou redondances dans les engagements.

VI. UNE EXIGENCE D'ÉCO-RESPONSABILITÉ ET DE DÉVELOPPEMENT DURABLE AU CŒUR DU DÉPLOIEMENT OPÉRATIONNEL

Toute manifestation doit désormais veiller au « *respect des enjeux de la planète* » et de fait s'inscrire dans la durée. La direction du GIP a présenté une « **Charte d'engagements des collectivités hôtes éco-responsabilité et développement durable** » qui s'inscrit dans le cadre des enjeux fondamentaux de la stratégie RSE France 2023.

Le Comité d'organisation France 2023 et les membres de TES partagent une ambition sociale et environnementale forte : appliquer les principes de développement durable et d'éco-responsabilité à l'ensemble des actions associées à la Coupe du Monde de Rugby 2023. La Charte commune qui présente les responsabilités respectives et établit les engagements réciproques constitue le document commun de référence.

Elle comprend plusieurs principes d'actions qui s'inscrivent, au-delà des obligations réglementaires, autour de quatre grands engagements :

Agir pour une économie durable et circulaire

S'engager pour l'éducation, la formation et l'emploi

Limiter l'impact sur l'environnement

Soutenir l'inclusion et l'accessibilité

« Chacun de ses engagements illustre la responsabilité sociale et environnementale portée par France 2023 et suggère des actions incitatives aux Collectivités Hôtes signataires ».

Ces engagements **se déclinent en neuf enjeux parfaitement adaptés** au déploiement opérationnel des villages rugby.

Privilégier les achats responsables, locaux et éthiques

Tous les marchés de prestations pour les villages devront parfaitement s'inscrire dans une politique d'achat responsable en respectant notamment les principes de l'économie circulaire et les valeurs de l'économie sociale et solidaire. Insérer des clauses sociales, optimiser les livraisons, recourir à des structures temporaires déconstructibles et réutilisables, privilégier les goodies utiles et non jetables sont des exemples d'actions à mettre en œuvre sur les villages.

Agir pour une alimentation locale et saine

Les espaces devront veiller à se fournir prioritairement en produits régionaux, de saison et en filières courtes. Des actions devront être mise en œuvre pour limiter le gaspillage alimentaire et valoriser les biens non consommés.

Développer les formations et favoriser l'insertion professionnelle

Les villages d'animation seront des activités parfaitement adaptées pour contribuer à l'acquisition de compétences et à l'insertion professionnelle des apprentis du programme Campus 2023. Les métiers de l'évènementiel, du sport, du tourisme, de la sécurité sont toujours fortement sollicités sur de tels dispositifs.

Promouvoir les vertus éducatives du sport et du rugby

Les dimensions ludiques et éducatives seront au cœur des animations. Les vertus pédagogiques du sport seront mises en avant en associant au maximum la communauté scolaire dans une dimension « découverte du rugby ». La multiplicité de ces activités dans les villages articulée avec la billetterie sociale permettra d'inscrire les projets éducatifs dans la durée.

Mettre en œuvre un plan de mobilité bas carbone

Comme les stades, les villages devront s'inscrire totalement dans le plan de mobilité bas carbone de l'évènement. Leur localisation devra les inscrire dans l'offre de transports en commun, des voies vertes pourront les relier au stade. Des parkings à vélo sécurisés, des bornes de transport en libre-service, des recharges pour véhicules électriques à proximité seront nécessaires.

Appliquer une gestion responsable des déchets

Recours au plastique strictement limité, interdiction de son usage unique (ex : verres, bouteilles, sacs, pailles), systèmes de tri et de collecte exemplaire, récupération des biens et équipements seront des actions à mettre en œuvre sur les villages.

Mettre en place une gestion responsable des ressources énergétiques et naturelles

Limiter l'usage des groupes électrogènes, adopter des usages raisonnés pour tous les postes de consommation, installer des fontaines à eau... sont également des engagements que les villes devront prendre.

Rendre l'évènement accessible à tous

La gratuité de l'ensemble des villages sera, avec la billetterie sociale, l'élément le plus structurant de cet engagement commun. L'accessibilité à tous les publics est la vocation même de ces lieux. Il conviendra, bien entendu, de toujours veiller aux solutions et services adaptés pour les personnes en situation de handicap.

Créer du lien social

La dimension festive et de partage pour favoriser le lien social est également au cœur du concept. Ces lieux seront des démonstrateurs concrets d'inclusion sociale sans aucune forme de discrimination.

Penser l'héritage du site en amont

Chaque collectivité devra **veiller au maximum à penser en amont l'héritage de son village rugby**. L'évènement et les installations prévues pourraient permettre de pérenniser par exemple :

- ✓ L'installation d'infrastructures pérennes permettant un futur usage évènementiel.
- ✓ L'accès aux réseaux numériques notamment la couverture wifi.
- ✓ L'accès à des systèmes électriques robustes pour éviter les groupes électrogènes.
- ✓ L'installation à proximité de parkings à vélos et de stations de *free floating*.
- ✓ L'amélioration du maillage local de bornes de recharge pour les véhicules électriques.
- ✓ La constitution d'un réseau de partenaires et prestataires locaux (circuit court).
- ✓ La formation de volontaires locaux pour les prochains évènements notamment les JOP.

CONCLUSION

Les collectivités et métropoles membres de Territoires d'événements sportifs sont particulièrement mobilisées dans la réussite de la Coupe du monde de rugby 2023. Les échanges avec l'ensemble de ces acteurs institutionnels, l'écoute et le partage d'expérience démontrent cet engagement. Elles disposent pour la plupart d'une compétence dans l'accueil de grands événements sportifs et de la déclinaison opérationnelle sur leur territoire. L'installation de Village rugby participe de leur stratégie même si des interrogations et des inquiétudes s'expriment, bien plus en raison d'un manque de visibilité que d'un manque d'engagement. Plusieurs points sont ici à retenir :

Village à la carte

L'expression du besoin, par les villes d'accueil, est de faire évoluer le concept uniforme de Fan zones vers des « villages rugby » afin de disposer d'un concept plus « à la carte » ou « à tiroirs » permettant au niveau local d'optimiser sa stratégie tout en tenant compte des invariants et des contraintes.

Sécurité

La question de la sécurité reste, bien entendu, particulièrement prégnante pour les villes qui s'accordent naturellement pour placer ce point comme prioritaire dans la définition de leur stratégie. TES demande la gratuité pour la sécurisation, par les forces de l'ordre, de l'environnement des Villages rugby comme cela a pu être le cas pour l'Euro 2016 de football.

Partenariats

Le développement des Villages sur l'ensemble du territoire est un atout pour la Coupe du monde de rugby 2023 alors même qu'aucune obligation ne s'impose aux collectivités. Le besoin de disposer de l'ensemble des éléments de partenariats sur le sujet des villages au niveau local pour penser l'impact et le financement de ces zones s'avère de plus en plus urgent et indispensable pour les villes et les métropoles. Ces dernières insistent sur les délais de passation des marchés publics, d'établissement de leur budget dans un cadre pluriannuel mais également de recherche de partenariats contraints. TES demande à l'organisateur d'adopter la même démarche que la SAS Euro 2016 : apport en nature du GIP et autorisations de six partenariats locaux dans des catégories non fermées par World Rugby et France 2023. Elles devront être définies au plus tard début 2022. Elle demande aussi l'organisation d'un séminaire de travail entre les dix villes et les partenaires nationaux et internationaux pour leur présenter les projets de villages et les possibilités d'activation.

Financement

Les villes et métropoles membres de Territoires d'événements sportifs insistent sur leur besoin de financements complémentaires pour le bon établissement des Villages rugby. Elles s'accordent pour s'investir dans ces Villages mais veulent disposer de financements complémentaires de l'État dans le cadre des Grands événements sportifs et de recettes pour les zones de célébration.

Respect des principes d'éco-responsabilité et de développement durable

Tant en matière sociale qu'environnementale, les objectifs de la Charte sont partagés par le Comité d'organisation France 2023 et les villes membres de TES. Elles constitueront un utile socle commun à tous.

Situation sanitaire

Si ce point n'est pas développé dans l'étude, il est évident, à deux ans de la Coupe du monde de rugby en France, que la réflexion n'est à ce stade conduite qu'en imaginant une situation sanitaire maîtrisée.