ÉCONOMIE ET ENVIRONNEMENT | FINISTÈRE

IMPACT ÉCONOMIQUE ET ENVIRONNEMENTAL DU TOUR DE FRANCE

Février 2022 **RAPPORT D'ÉTUDE I** Note de synthèse

Crédit photo : Mathieu Le Gall - Brest métropole

3 €
de retombées par euro investi

6 800 cyclistes amateurs à avoir grimpé la Fosse-aux-Loups en 2021

52 200
touristes et excursionnistes supplémentaires

EN DIRECT
Retransmis dans **190 pays**

3 M€
de retombées économiques produites par la sphère Tour de France

94 %
des émissions de CO_2 liés aux déplacements des spectateurs

4,35 M€
de retombées économiques liées au tourisme

78 %
des spectateur·rice·s ont l'intention de garder les objets récupérés quelques mois voire de les collectionner

Le Tour de France est un événement qui, au regard de son caractère populaire et international, produit des impacts sur les territoires qui l'accueillent. L'organisation de la première étape en Finistère a généré des effets sur l'économie locale, favorables à la sphère présentielle du territoire qui a hébergé jusqu'à 5 000 personnes durant la semaine précédant le départ. Ces besoins ont couvert à eux-seuls les dépenses d'organisation. L'afflux de touristes, au cours de l'année et durant le temps fort de l'événement, a contribué, de manière additionnelle, aux retombées économiques.

Les impacts environnementaux d'une telle épreuve sont aussi nombreux, par les déplacements réalisés, l'utilisation de matières premières et le dérangement de la faune et de la flore. À ce jour, ce type de mesure n'a jamais été réalisé sur un évènement de cette nature ; ce caractère innovant implique l'absence de comparaison possible. Toutefois, de nombreuses actions ont déjà été enclenchées par A.S.O. pour atténuer ces impacts et sont amenées à se poursuivre dans le temps. D'autres sont du ressort des collectivités ou des partenaires privés ; le Tour de France peut alors être l'occasion d'enclencher des changements dans les pratiques courantes en s'appuyant sur le grand public qui semble attentif à ces évolutions.

ADEUPa BREST • BRETAGNE

biotope

Un événement populaire, attirant les habitant·e·s et les touristes

Si le public est d'abord constitué d'habitants et d'habitantes du territoire, le départ du Tour a permis de lancer la saison touristique avant l'heure.

Les dispositifs d'analyse de la fréquentation permettent d'estimer une sur-fréquentation de l'ordre de 52 000 touristes et excursionnistes sur l'ensemble de l'étape, en dépit de l'avancement de la date du Tour de France au 26 juin, de la présence toujours significative de la Covid-19 et des mesures sanitaires encore en vigueur. Environ 20 % de cette population additionnelle était située entre Brest et Plougastel-Daoulas au moment de la course.

Une dimension sociale forte

Le profil et l'âge des spectateur·rice·s de la première étape du Tour de France est très hétéroclite, puisqu'environ un tiers des personnes présentes avait moins de 35 ans, un tiers entre 35 et 59 ans et un tiers avait 60 ans et plus. Cet équilibre tend à confirmer que le Tour de France est une fête populaire intergénérationnelle.

Cette diversité de profils se manifeste aussi au travers des catégories socio-professionnelles des représentants des ménages. Les actifs (cadres, employé·e·s, ouvrier·ère·s, professions intermédiaires) représentaient plus de la moitié (51 %) des personnes interrogées, 29 % étaient retraité·e·s, 14 % étaient en étude. Ces trois catégories représentent 94 % des spectateur·rice·s, les autres catégories (agriculteur·rice·s, artisan·e·s) ont été moins touchées par l'évènement, mais sont également des classes moins représentées dans la population active.

Les clubs cyclistes locaux ont également vécu au rythme du Tour de France, au travers des randonnées de reconnaissance du parcours, de la traditionnelle Ty zef ou encore du challenge de la Fosse-aux-Loups. Ils ont constaté une hausse des inscriptions des jeunes lors des forums des associations de septembre. Les revendeur·se·s de cycles ont, en revanche, peu bénéficié de l'effet Tour, dans la mesure où la croissance du marché les oblige déjà à fonctionner à flux tendu.

Les commerces de Brest se sont mis aux couleurs du Tour grâce aux campagnes d'animation menées par la ville. Brest a aussi obtenu 3 vélos sur 4 dans le cadre du label « Ville à vélo » pour récompenser ses engagements en faveur des mobilités cyclables.

Crédit photo : Mathieu Le Gall - Brest métropole

Crédit photo : A.S.O./Aurelien Vialatte

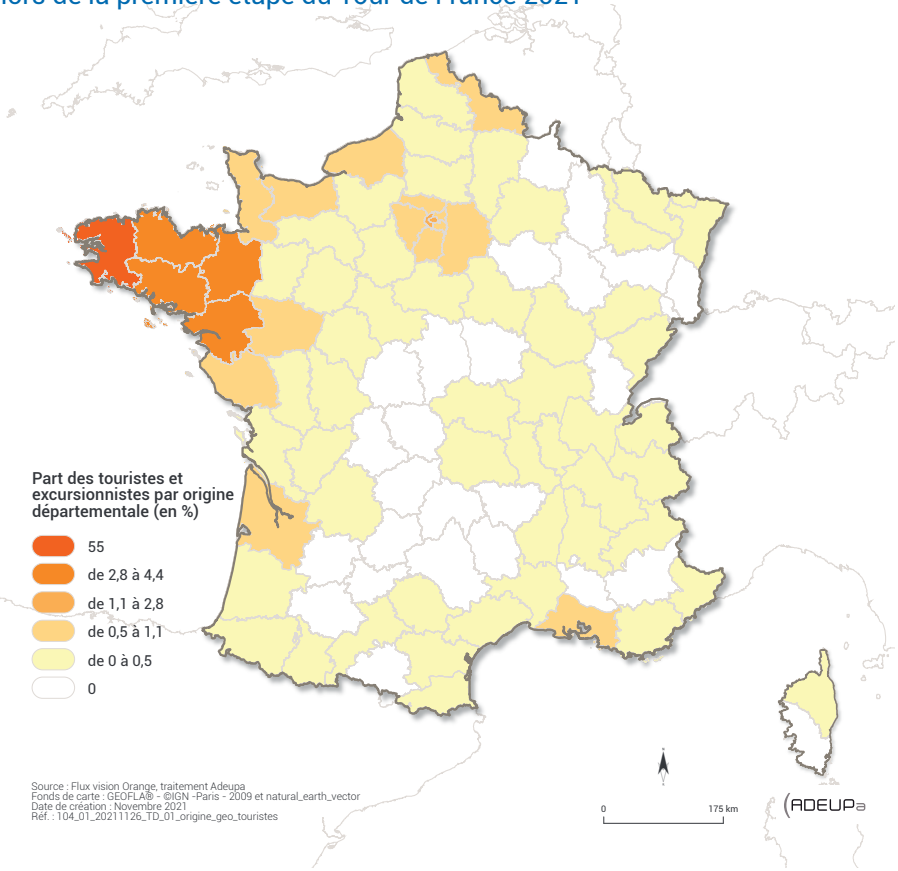
Des retombées économiques positives

Des dépenses publiques intégralement réinjectées dans l'économie locale via la sphère Tour de France

Le principal poste de dépense pour accueillir le Tour de France est le ticket d'entrée payé à Amaury Sport Organisation (A.S.O.), qui s'élève à 3,6 M€ pour le Grand Départ breton, dont près de 1,5 M€ pour la seule première étape. Les animations du Fan Park (18 000 €), la décoration de la ville de Brest et de ses vitrines (72 000 €), les kits fournis aux commerçants (10 000 €) ou la cérémonie de présentation des coureurs (188 000 €) constituent une autre part très importante des dépenses engagées. La première étape a généré environ 3,3 M€ de dépenses dont 2,8 M€ consentis par les collectivités finistériennes. Cependant, certaines dépenses étant courantes ou anticipées, le coût réel est estimé aux alentours de 2,3 M€.

A.S.O. réinvestit une partie de ticket dans les hébergements hôteliers sur place, pour ses besoins, ceux des équipes et de l'organisation. Ces forfaits font aussi l'objet de sur-réservations de la part des équipes, tout comme la course féminine By Le Tour. La sphère qui gravite autour du Tour de France (caravane, technicien·ne·s, médias) participe aussi au remplissage des hébergements locaux. Au total, la sphère Tour de France a injecté 3 M€ dans l'économie finistérienne en hébergement, restauration, achat de matériel...

Origines géographiques des touristes et excursionnistes français lors de la première étape du Tour de France 2021



Principales nationalités étrangères représentées

Le tourisme lié à l'organisation du Tour de France à Brest a généré environ 4,35 millions d'euros de retombées économiques pour le territoire finistérien.

Des effets supplémentaires générés par les touristes

Environ deux tiers des spectateur·rice·s additionnels sont des excursionnistes venus à la journée assister à l'étape. Les touristes venus pour l'occasion sont restés entre 3 et 4 nuits sur place. La plupart (70 %) logeaient dans un hébergement non-marchand, c'est-à-dire dans la famille ou chez des ami·e·s, dans leur camping-car, voire dans une résidence secondaire. Les autres avaient réservé un gîte, une location saisonnière ou bien s'étaient installés dans les campings environnants. Très peu ont réservé une chambre en hôtel au regard de la saturation de l'offre dans le contexte Tour de France. L'ensemble des dépenses ainsi générées ont produit environ 2,75 M€ de flux financiers sur le territoire.

Une attractivité toute l'année pour les séjours cyclistes

La fréquentation de la Fosse-aux-Loups a explosé depuis l'annonce officielle du parcours. L'application Strava, qui géolocalise les activités sportives des utilisateur·rice·s, permet d'estimer qu'environ 6 800 cyclistes ont effectué l'ascension, depuis l'annonce du parcours jusqu'à la mi-août, et plus de 20 000 ascensions au total. La plupart des cyclistes sont locaux. Près de 80 % résident en Finistère. Le reste constitue des personnes extérieures au territoire, dont 18,5 % résident en France et un peu plus de 2 % viennent de pays étrangers, soit environ 1 400 cyclistes au total. Si la plupart viennent de Bretagne, l'origine géographique est très éclatée sur l'ensemble de la France.

Globalement, les touristes français comme étrangers ont trouvé un point de chute pour la semaine avec 3 ou 4 accompagnant·e·s en moyenne. En revanche, les touristes étrangers ont dépensé, en moyenne, plus que les Français·e·s, c'est-à-dire environ 70 € par personne et par jour contre un peu plus de 40 € pour les touristes et excursionnistes français. Au global, ces séjours touristiques ont généré 1,6 M€ de retombées pour le territoire.

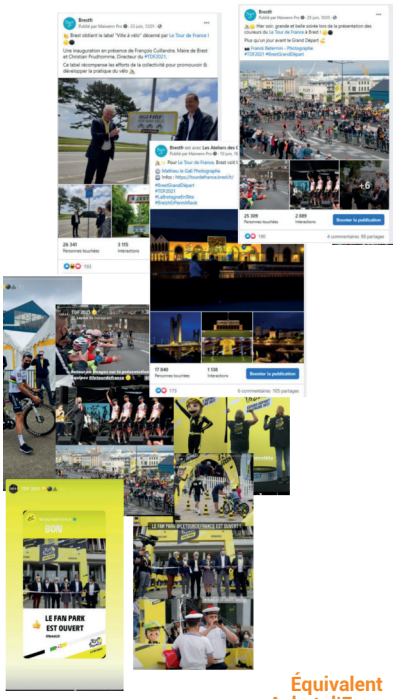
L'effet boule de neige médiatique

À l'occasion de ce Grand Départ breton, l'ensemble de la région a bénéficié de retombées médiatiques importantes, au regard de la grande visibilité de l'événement, en particulier Brest et Landerneau, les villes de départ et d'arrivée de la première étape. Brest a bénéficié de plus de 15 000 retombées médiatiques durant l'année précédant le départ, soit une moyenne de 42 par jour, avec des temps forts au moment de la présentation officielle du parcours et durant les 3 semaines de course. Brest a été visible dans 190 pays et près de 1 000 chaînes de télévisions pour un total de 77 heures de diffusion à l'étranger.

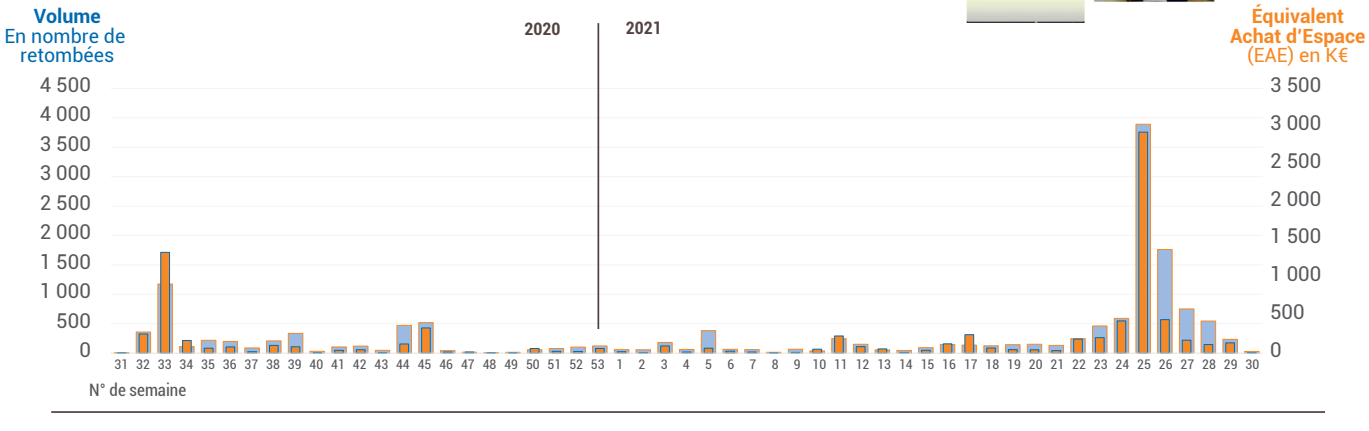
En France, la première étape a été suivie par 3,6 millions de téléspectateur·rice·s et 36,4 % de part d'audience. Le pic d'audience a été enregistré au moment de la victoire de Julian Alaphilippe, où 5,4 millions de téléspectateur·rice·s étaient derrière leur poste de télévision. Par rapport à l'an dernier, l'audience moyenne est en hausse de 13 %, ce qui reste à relativiser puisque le départ avait été reporté à la fin du mois d'août. En 2019, avec un déroulé normal de l'épreuve, celle-ci avait été suivie par 2,59 millions de téléspectateur·rice·s (27,4 % de part d'audience).

Les réseaux sociaux de Brest métropole ont aussi été beaucoup plus suivis et relayés durant l'épreuve. La sphère Tour de France, notamment les coureurs et les équipes, a contribué à cet effet boule de neige. Le Twitter de Brest métropole a dépassé le million d'impressions en juin, soit une hausse de plus de 660 %.

Cette visibilité ouvre des perspectives de renouvellement de séjours touristiques ou même de premier séjour dans les années à venir.



Temps fort de la médiatisation de Brest
290 retombées par semaine sont comptabilisées pour une valorisation financière hebdomadaire moyenne de 165 K€ bruts. Les semaines 33, 25 et 26 concentrent 44 % des retombées, 54 % de la valorisation financière.



KANTAR

Des impacts environnementaux principalement liés aux déplacements du public

Analyse de l'impact environnemental : une première en guise de référence

L'étude environnementale, réalisée à l'échelle de la 1ère étape du Tour de France 2021, est une première. Ce volet constitue une démarche nouvelle et exploratoire, parce qu'elle a cherché à analyser l'ensemble des thématiques environnementales, mais aussi parce qu'elle s'est intéressée à tous les acteurs qui gravitent autour de l'événement. Ces travaux se veulent être un héritage pour les prochaines études qui investiraient cette dimension dans le cadre du Tour de France ou d'autres manifestations sportives similaires.

Les impacts environnementaux attendus

Dans un premier temps, une analyse la plus large possible des aspects environnementaux liés à cette première étape a été menée. Cela s'est traduit par un travail de collecte de données et de suivi d'indicateurs les plus adaptés au contexte de l'événement, couplé à des phases de terrain, qui a permis de produire des résultats chiffrés. Ceux-ci sont cependant à mettre en perspective compte tenu de l'échantillonnage et de l'impossibilité d'être exhaustif.

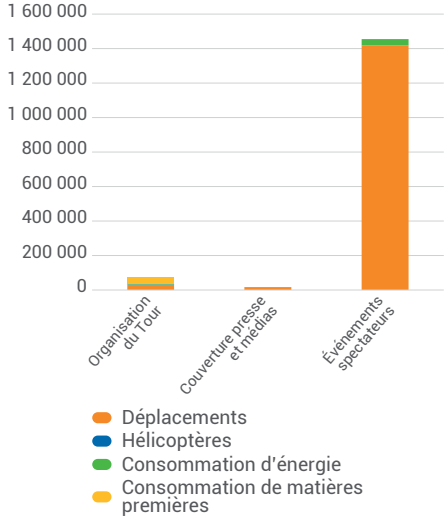
Des impacts constatés et mesurés

Les déplacements des spectateur·rice·s représentent l'écrasante majorité des émissions de CO_2, au regard du très grand nombre de spectateur·rice·s venant assister à l'événement, aux modes de transport utilisés, et aux grandes distances effectuées. En effet, plus de 90 % de ces mobilités ont été réalisées en voiture ou en camping-car. Le train constitue le troisième mode de déplacement privilégié, mais ne représente que 3 % des déplacements. Les transports en commun (bus, tram) et les modes actifs sont relativement mineurs.

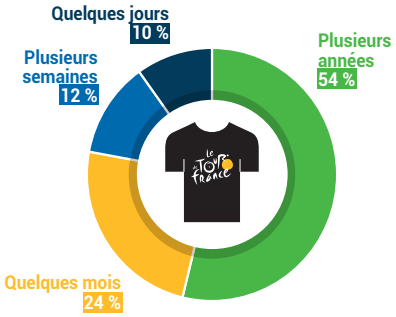
La flotte de véhicules d'A.S.O. ne représente qu'environ 1,5 % des émissions totales de CO_2 liées à la première étape du Tour de France. Cela s'explique en partie par la conversion en cours du parc automobile vers des énergies moins polluantes. Près de 85 % des voitures ont été converties à une motorisation hybride. Le facteur limitant pour poursuivre le verdissement de la flotte est aujourd'hui de disposer de bornes de recharge en nombre suffisant sur tout le parcours du Tour. Une expérimentation de transport de bornes mobiles a été menée avec l'entreprise bretonne Dop'n plug cette année pour favoriser le déploiement d'une flotte électrique. À cela s'ajoutent les véhicules des médias et des équipes qui s'inscrivent dans la même dynamique de conversion de la motorisation thermique vers l'électrique. Par ailleurs, certaines externalités positives sont à noter du fait de l'interruption de la circulation durant plusieurs heures, ce qui a permis de constater un niveau de bruit moyen plus faible qu'à l'accoutumée.

Certains impacts sur la biodiversité ont été identifiés au moment de la préparation du parcours, par la fauche accrue des bords de route en période de forte activité biologique ou par l'aménagement de la voirie. Le jour de la course, la présence d'un grand nombre de spectateurs s'est accompagné par un dérangement temporaire et limité de la faune, comme par exemple, l'éloignement de certaines espèces ou l'arrêt des chants d'oiseaux. Concernant la flore, des espèces patrimoniales ont pu être piétinées en dehors des sites naturels protégés. Sur les sites échantillonnés, il n'a pas été observé de mauvais comportements des spectateurs, c'est bien leur densité qui est source d'impact pour la biodiversité. Toutefois, les précautions spécifiques mises en oeuvre par A.S.O. dans les sites Natura 2000 ont été bien suivies. L'après-Tour montre aussi une bonne propreté des sites grâce aux équipements de récolte proposés mais aussi par une autogestion active de la part des spectateur·rice·s, sensibles aux questions de protection de l'environnement. D'autre part, 78 % d'entre eux affichent l'intention de conserver plusieurs mois, voire de collectionner les objets récupérés de la caravane.

Émission en kg équivalent CO_2 par processus (Source : Biotope)



Intention de conservation des objets promotionnels par les spectateurs interrogés (Source : Enquête Adeupa)



Une organisation relativement sobre

Les données qui ont pu être récoltées et traitées permettent d'estimer l'utilisation de 14,5 tonnes de matières premières pour l'organisation de la première étape. Au global, le papier est le matériau le plus utilisé en poids, avec 51% des quantités totales estimées, suivi du plastique qui concentre 30 % du poids des matières. La part de ré-usage et de recyclage reste plus importante pour l'ensemble des autres matières utilisées comme le métal (porte-clés) ou les tissus (banderoles). Des efforts ont été entrepris à ce sujet par A.S.O. En effet, la production de goodies a été restreinte aux sponsors présents au sein de la caravane, ce qui tend à réduire l'impact des consommations de matières. Depuis 2013, le volume de déchets générés durant le Tour de France a été réduit de 71 %.

En matière de décoration des espaces publics, des bonnes pratiques comme la réalisation de vélos à partir d'objets issus de la récupération ont été relevées.

Pour l'avenir, quelles pistes d'amélioration ?

La rationalisation progressive du nombre de véhicules et le « verdissement » de la flotte vont toutefois dans le sens de l'optimisation : le bilan carbone mené par A.S.O. permet d'approfondir et poursuivre cette ambition.

Les collectivités se sont engagées à réduire leur empreinte sur l'environnement, comme en témoignent une partie des décorations réutilisées pour d'autres événements, ou valorisées par des associations. D'autres pistes ont été identifiées pour réduire les impacts, comme la prise en compte de l'ensemble des zones de sensibilité dans la réalisation du parcours. Enfin, d'autres axes d'amélioration ont été ciblés : des actions préventives de la même nature que celles opérées sur les sites Natura 2000 pourraient être mises en œuvre sur l'ensemble du parcours.

Les collectivités se sont engagées à réduire leur empreinte sur l'environnement, comme en témoignent une partie des décorations réutilisables ou valorisables par surcylage.

Crédit photo : Biotope

IMPACT ÉCONOMIQUE ET ENVIRONNEMENTAL DU TOUR DE FRANCE

Direction de la publication : François Rivoal | **Réalisation** : Quentin Delaune, François Le Pellec, Biotope
Maquette et mise en page : Timothée Douy | **Tirage** : 100 exemplaires
Contact : ADEUPa Brest-Bretagne | 18 rue Jean Jaurès - 29200 Brest | **Tél** : 02 98 33 51 71
contact@adeupa-brest.fr
Dépôt légal : 1er trimestre 2022 | **ISSN** : en cours | **Réf** : 21/201 | **Site web** : www.adeupa-brest.fr

LICENCE OUVERTE
OPEN LICENCE