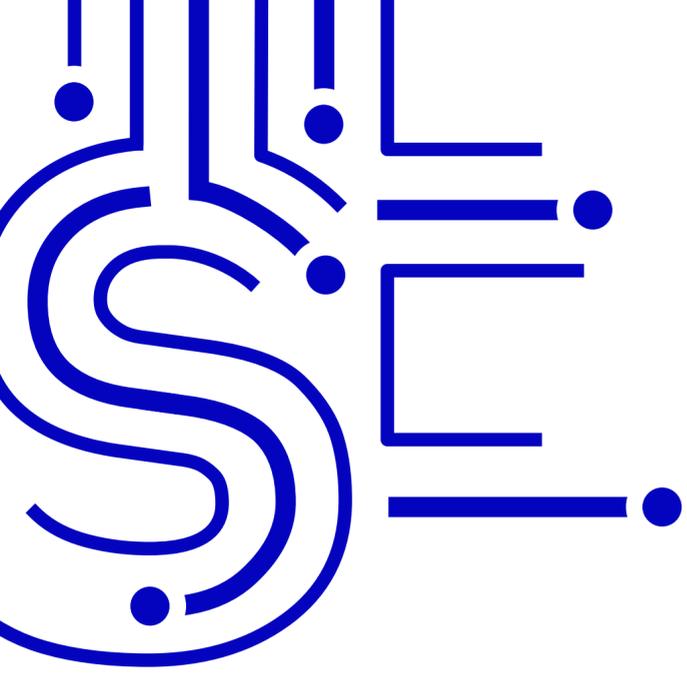




TERRITOIRES
D'ÉVÉNEMENTS
SPORTIFS.

BILAN DES VILLAGES RUGBY





AVANCER, ENSEMBLE

C'est avec une grande fierté et un sentiment d'accomplissement que Territoires d'Événements Sportifs vous présente ce rapport bilan sur les villages rugby des dix villes hôtes de la Coupe du Monde de Rugby France 2023.

Cette Coupe du Monde a été un magnifique événement d'envergure internationale qui a rassemblé les passionnés du ballon ovale, des supporters d'équipes nationales, des amateurs de convivialité, mais aussi des curieux désireux de vivre une expérience inédite. En tant que villes hôtes, nous avons eu l'occasion d'accueillir des visiteurs du monde entier et de donner à voir l'hospitalité à la française.

Les villages rugby, au cœur de nos dispositifs, ont été des lieux de rencontres, de partage et d'émotions intenses. Ils ont été le théâtre de moments mémorables, où les chants, les danses, les animations sportives et les acclamations se sont mêlés dans une célébration commune de la diversité et du partage.

Notre objectif en tant que villes-hôtes est de faire en sorte que les grands événements sportifs internationaux permettent des retombées positives concrètes pour les populations locales.

Le rôle de Territoires d'Événements Sportifs est d'avancer, ensemble, pour que la place des villes hôtes dans ces événements soit la plus efficace possible. À travers nos territoires, ce sont bien sûr les habitantes et les habitants que nous voulons impliquer pour faire de ces grands événements sportifs des succès populaires.

Les deux mois de la Coupe du Monde ont été consacrés chaque semaine pour TES à cette étude globale de bilan des Villages rugby et des animations territoriales. Tous nos membres ont participé à des sessions d'étude in situ pendant l'événement sur ces célébrations en ville afin d'en tirer une synthèse nationale et des éléments de comparaison des différents dispositifs locaux.

La mutualisation des expériences entre villes et métropoles est au cœur des missions de l'association. Apprendre des autres membres par l'observation et les échanges pratiques a été notre fil directeur pendant ces deux mois de compétition.

L'objectif est également de progresser collectivement d'événements en événements, notamment pour préparer dès à présent les Clubs 2024 qui seront les sites de célébration des Jeux Olympiques et paralympiques. Pour cette raison, nous avons systématiquement associé le comité d'organisation de Paris 2024 à tous nos travaux.

Bien sûr, nous avons aussi inclus le comité d'organisation de France 2023 ainsi que World Rugby, et je souhaite les remercier pour cette collaboration étroite. Partenaires locaux, subventions pour le respect des droits marketing, marchés du rugby pour valoriser les producteurs locaux et les circuits courts de restauration : ensemble, nous avons inventé un nouveau modèle vertueux tant pour les organisateurs que pour les collectivités territoriales.

Je souhaite enfin remercier très sincèrement nos dix membres fondateurs. Sans l'engagement total de leurs exécutifs et la mobilisation sans faille de leurs collaborateurs pour la livraison opérationnelle, rien n'aurait été possible.



MATHIEU HANOTIN

Maire de Saint-Denis et Président de Territoires d'Événements Sportifs

LE RUGBY AU SERVICE

DE L'ANIMATION DES TERRITOIRES

- 1. Multiplier les angles de vue pour tirer un bilan lucide et réaliste** page 4
 - Les grandes étapes méthodologiques page 5
 - Carte de France des Villages Rugby page 6
- 2. S'approprier les contraintes de la RWC 2023 pour organiser dans chaque ville un Village Rugby à sa mesure** page 7
- 3. Imaginer le concept de Village qui rassemble le plus largement les publics attendus** page 9
- 4. Capitaliser sur les atouts d'un automne de compétition** page 12
 - Chiffres d'affluence cumulée des Villages Rugby page 15
- 5. Décliner toutes les facettes de la pratique du rugby pour animer le Village** page 16
- 6. Valoriser les échanges internationaux lors de la RWC 2023** page 19
- 7. Promouvoir la gastronomie et les produits locaux** page 20
- 8. Animer un vivier de bénévoles volontaires et de mieux en mieux formés** page 22
- 9. Sécuriser l'expérience visiteur** page 23
- 10. Financer de manière innovante et équilibrée** page 24



1 = MULTIPLIER

LES ANGLES DE VUE POUR TIRER UN BILAN LUCIDE ET RÉALISTE

Méthodologie générale du bilan des Villages Rugby

- L'agence Sport Intelligence a été mandatée pour réaliser un bilan des Villages Rugby organisés dans 10 villes durant la Coupe du Monde de Rugby entre le 8 septembre et le 28 octobre 2023.
- Après avoir proposé une méthodologie de travail qui puisse à la fois s'appuyer sur la mission d'observation TES, des entretiens avec les acteurs des Villages Rugby, des données recueillies auprès des collectivités et une enquête en ligne, l'agence a produit un rapport général et une partie Village par Village.
- Le volet Mobilité entre le Village et le Stade a également été expérimenté par les membres de la délégation, lorsque cela était possible en fonction du déplacement optimum pour chaque Village : transports en commun (Toulouse, Saint-Denis, Paris), dispositifs spécifiques (vélos à Bordeaux), voiture (Lyon), à pied (Saint-Etienne, Marseille).

En complément, des observations aléatoires ont été effectuées dans des Villages avant et après les matchs, et aussi pendant les matchs pour les retransmissions.



LES GRANDES ÉTAPES MÉTHODOLOGIQUES

TYPE	QUAND ?	QUI ?	COMMENT	OBJECTIF
Recueil des informations d'organisation	Avant le coup d'envoi de la Coupe du Monde	Collectivités	Fiche de renseignements type	Préparer en amont l'analyse des Villages
Recueil des données de fréquentation	Chaque semaine durant la Coupe du Monde	Collectivités	Tableur type	Recueillir régulièrement et précisément les données de fréquentation
Visite de tous les Villages	Durant l'organisation d'un match dans la collectivité organisatrice	Les chefs de projet et les élus collectivités/ Les agences organisatrices	Présentation in situ par chaque collectivité	Observer le fonctionnement des Villages Collecte de données
Entretiens qualitatifs	Octobre 2023	Collectivités	Échanges téléphoniques	Obtenir les dernières informations manquantes
Enquête quantitative	20 octobre 2023	Les visiteurs des Villages de Marseille, Nantes, Nice, Saint-Denis	En ligne sur la base des Opt-in de l'application digitale	Connaitre le niveau de satisfaction d'une partie des visiteurs
Validation	23 octobre 2023	Collectivités Équipe TES	A/R par email ou par téléphone	Disposer d'un support finalisé pour la conférence de presse du 7 novembre

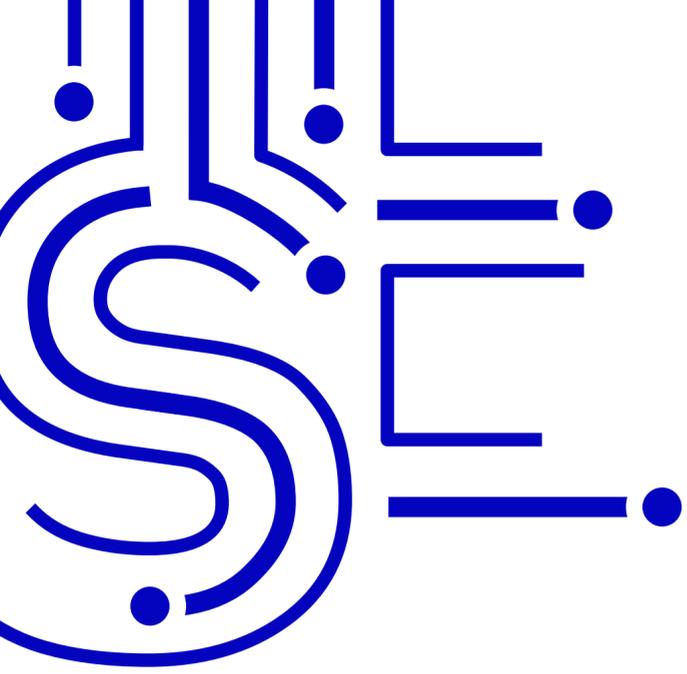
LIMITE DE L'ÉTUDE QUANTITATIVE

Cette étude a été menée en ligne sur 4 Villages auprès des participants ayant utilisé l'application digitale. Elle a été proposée sur écrans géants et a pu être réalisée avec l'accord des collectivités et des participants (Opt-in).

Quelques biais méritent d'être relevés :

- Peu de données exprimées par les supporteurs étrangers*
- Exclusivement sur les utilisateurs de l'application
- Seulement 4 Villages sur les 10 Villages organisateurs

* 92% des répondants sont français.

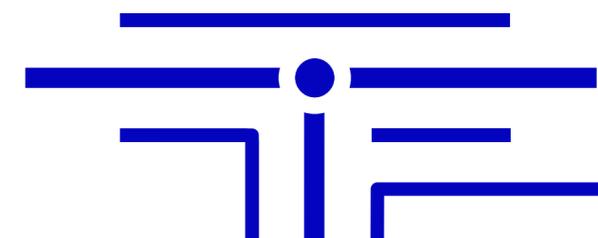
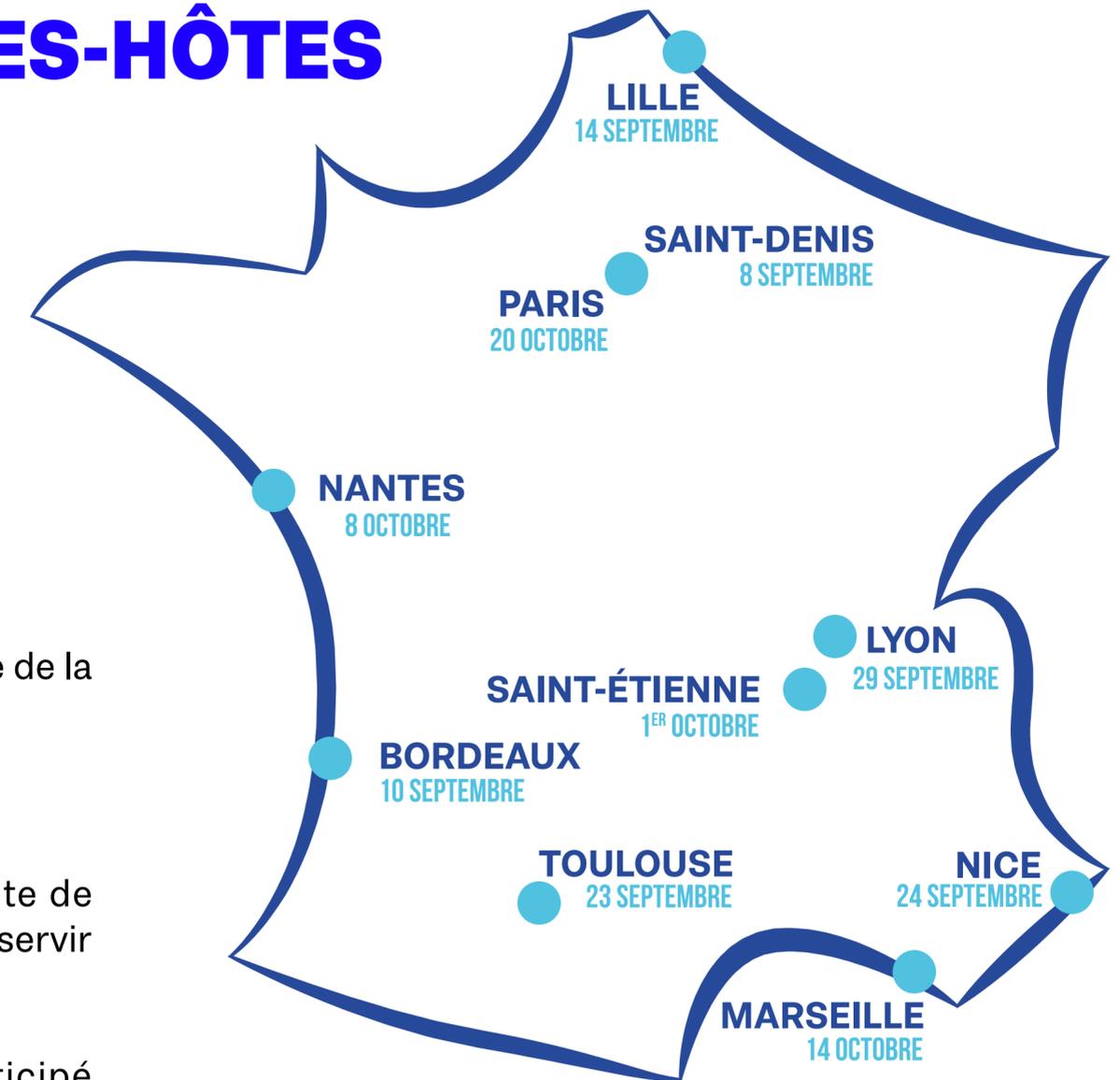


TOURNÉE NATIONALE DES VILLAGES RUGBY DANS LES 10 VILLES-HÔTES

Ce bilan s'est appuyé sur des sessions d'observation *in situ* pendant l'événement et d'observation des célébrations et des opérations organisées en ville dans chacune des dix villes-hôtes.

Toutes les villes ont pu participer à cette Tournée.

- La tournée a débuté à Saint-Denis le 8 septembre, jour du match d'ouverture, en présence de la ministre des Sports et des Jeux Olympiques.
- En collaboration étroite avec TES, France 2023 a participé à l'ensemble de la Tournée.
- Tous les membres de l'association (même les villes ou métropoles n'ayant pas de site de compétition pour la Coupe du monde de rugby) ont pu participer aux travaux afin de se servir de cette expérience pour préparer 2024.
- Le comité d'organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques a également participé à l'ensemble de ces visites pour préparer utilement les futures zones de célébration « Clubs 2024 » avec les collectivités.

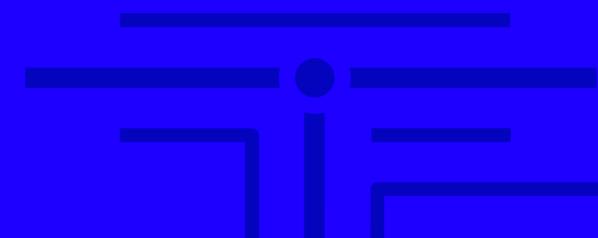


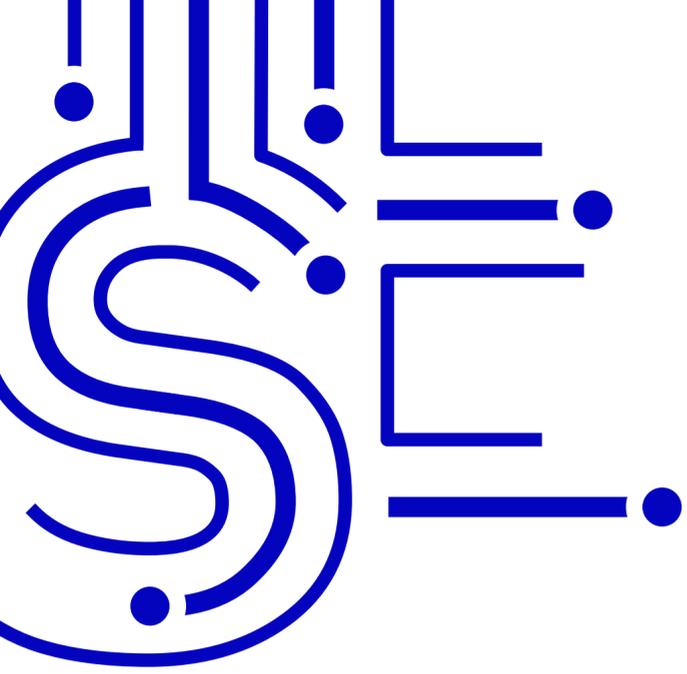


2 = S'APPROPRIER

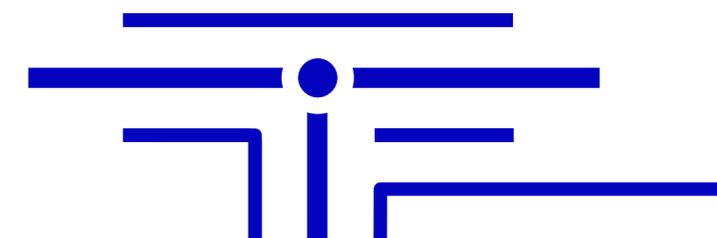
LES CONTRAINTES DE LA RWC 2023 POUR ORGANISER DANS CHAQUE VILLE UN VILLAGE RUGBY À SA MESURE

Les villes ont su faire preuve d'adaptation et de créativité, pour proposer à leurs publics des Villages à leur image, en cohérence avec une politique culturelle, sportive et festive déjà existante.





- Ainsi, d'un cahier des charges très orienté marketing et protection de la marque et des partenaires de la RWC 2023, **chaque ville a su développer un projet sur-mesure, afin d'accueillir de grands volumes de visiteurs.**
- Toutes ont fait le choix d'**offrir des Villages en libre accès, sur des plages horaires longues**, d'opter pour des jauges parfois élevées, et de s'adosser au calendrier des 48 matchs, en fonction de leurs agendas locaux et des matchs organisés.
- **La dimension locale de chaque Village a pu dès lors être développée :** pour certains en s'appuyant sur un tissu associatif dynamique, pour d'autres en donnant liberté aux acteurs locaux du rugby.
- **Seuls les partenaires économiques locaux ont eu plus de difficulté à être associés**, contraints par les règles de la RWC 2023 (pas de concurrence sectorielle avec un partenaire international ou national). Ce constat est d'autant plus regrettable que peu de partenaires officiels ont fait le choix de réellement activer dans la majorité des Villages.
- Cela a conduit à **des espaces de relations publiques qui ont paru sous-exploités en comparaison avec l'attractivité potentielle du rugby**, et les activations qu'il aurait été possible de déployer sur les différents Villages. Finalement, peu d'entre eux ont réellement développé une programmation institutionnelle et VIP complète, en dehors de la journée d'ouverture du 8 septembre ou de temps forts très ponctuels.





3 = IMAGINER

LE CONCEPT DE VILLAGE QUI RASSEMBLE LE PLUS LARGEMENT LES PUBLICS ATTENDUS

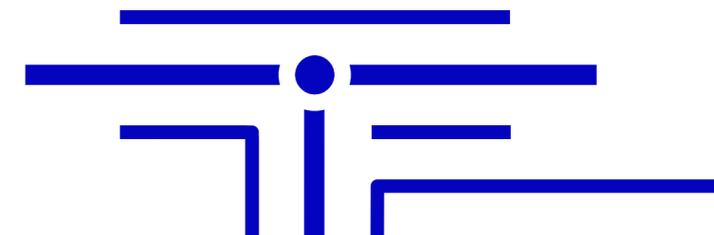
Les 10 villes-hôtes ont développé des Villages, que l'on peut regrouper sous 4 concepts sensiblement différents

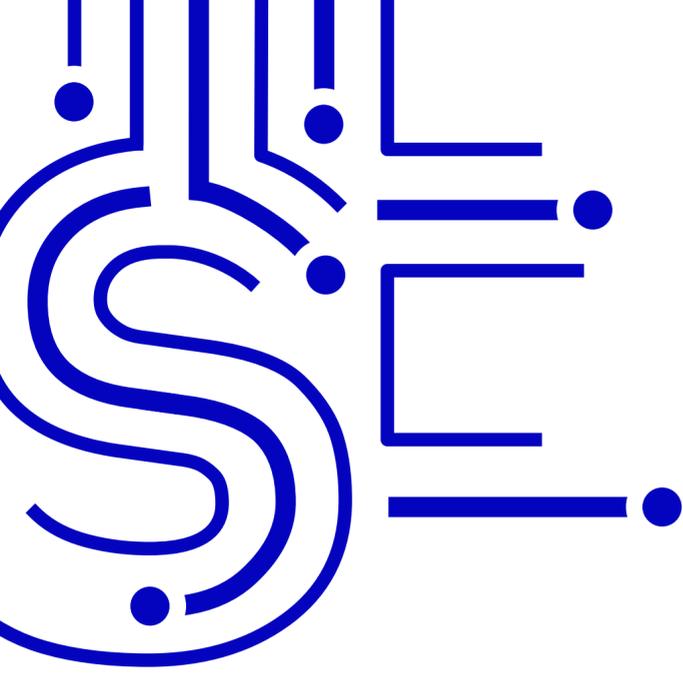
VILLAGE
"FAN ZONE"

VILLAGE
"FAMILLE"

VILLAGE
"MIX"

VILLAGE
"OUVERT"





- **Un Village « fan zone »** : destiné aux fans, pour regarder des matchs et consommer sur place, boissons et restauration. Ce sont des villes qui ont généralement une forte culture rugbystique comme Bordeaux, ou d'accueil des supporters étrangers pour les retransmissions comme Paris.
- **Un Village pour les familles, sans objectif de rediffusion des matchs.** Les villes de Lyon et Saint-Etienne en sont les exemples, avec la valorisation d'animations très diverses, ludiques, plutôt pensées pour les enfants.
- **Un Village « mix »** qui propose un espace familial en jauge limitée, avec une extension possible de la jauge ou vers des espaces plus vastes pour les fans spectateurs lors des matchs phares, et plus particulièrement ceux de l'équipe de France : ce fut le cas pour Toulouse, Nice, Marseille et même Nantes.
- **Un Village « ouvert »**, implanté en cœur de ville avec des espaces touristiques et emblématiques, qui permet d'intégrer les commerçants et restaurateurs de la ville et d'engager la population locale. C'est le cas de Lille, espace d'animation non réellement délimité totalement ouvert, et de Saint-Denis avec accès sécurisé mais intégrant au périmètre tous les commerçants de la place de la Basilique et de la mairie.

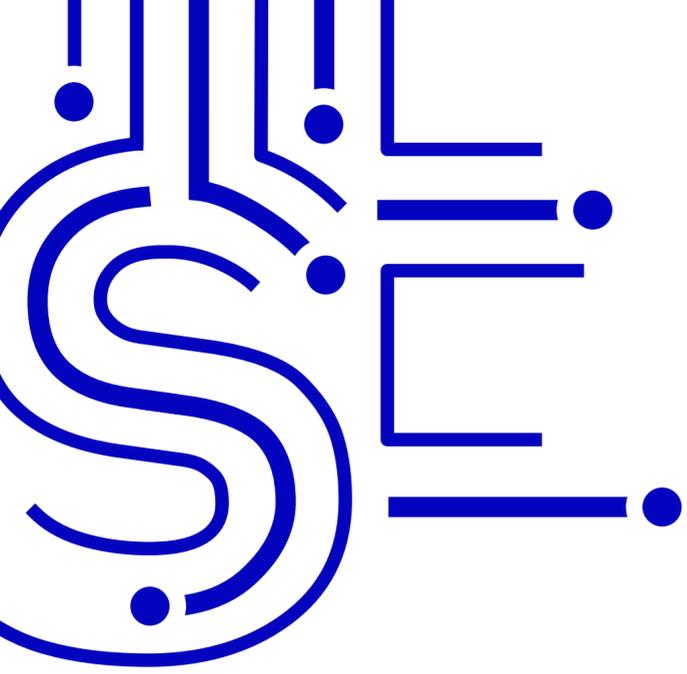


73%

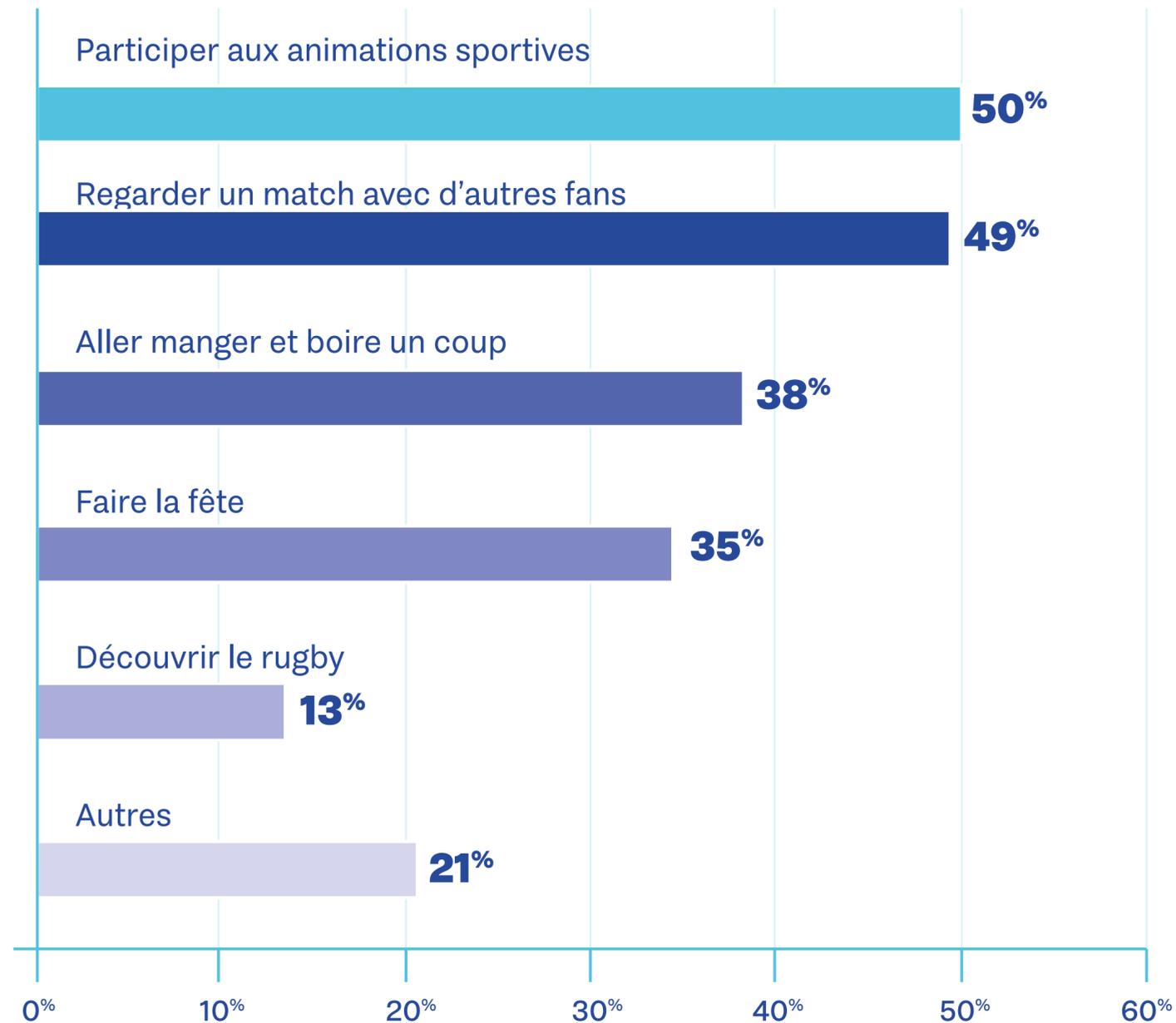
→ de visiteurs satisfaits de leur visite au Village Rugby



- En complément du cahier des charges marketing qui s'impose à tous, un cahier des charges boîte à outils pourrait inciter chaque ville-hôte à orienter son Village selon les priorités de ses politiques publiques, et en proposant sur ces thèmes des dispositifs existants clefs en main. Le développement durable doit être un thème obligatoire avec des dispositifs nécessaires et des innovations à implémenter dans tous les Villages pour faire progresser l'événementiel sportif.
- Dans le prolongement, un schéma de communication type et des kits à destination des commerçants devraient être proposés à toutes les villes-hôtes afin d'homogénéiser la visibilité de l'événement et des animations qui l'accompagnent.



MOTIFS DE VISITE DU VILLAGE RUGBY



DIFFÉRENTES GESTIONS DES VILLAGES ONT ÉTÉ MISES EN PLACE :

- en régie municipale
- avec des agences événementielles (marché spécifique ou attributaire des événements de la collectivité)
- avec des groupements d'agences nationales et/ou locales (pour 5 Villages).

HORS LES MURS

La capacité de certaines villes à déployer l'esprit Village rugby « hors les murs » est également remarquable, notamment lorsqu'elles accueillent une équipe étrangère, en tant que camp de base ou qu'elles proposent des animations au cœur de la ville ou à proximité des stades (comme à Lille).

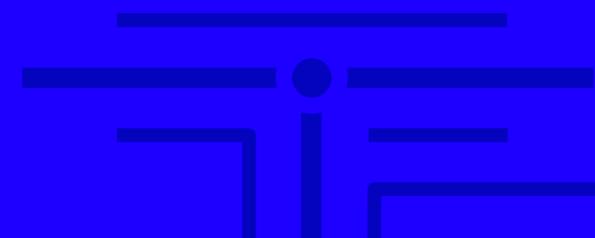


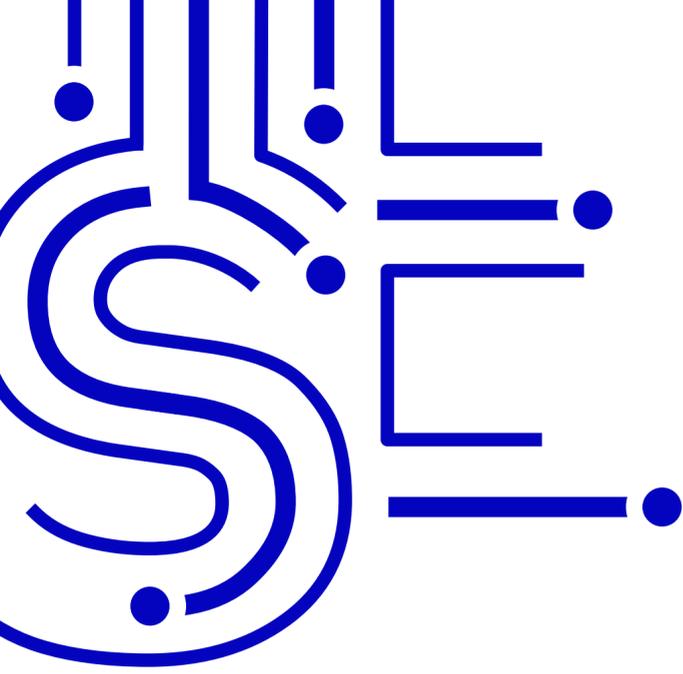


4 = CAPITALISER

SUR LES ATOUTS D'UN AUTOMNE DE COMPÉTITION

Tous les Villages Rugby ont bénéficié d'une météo extrêmement favorable durant une grande partie de la compétition.

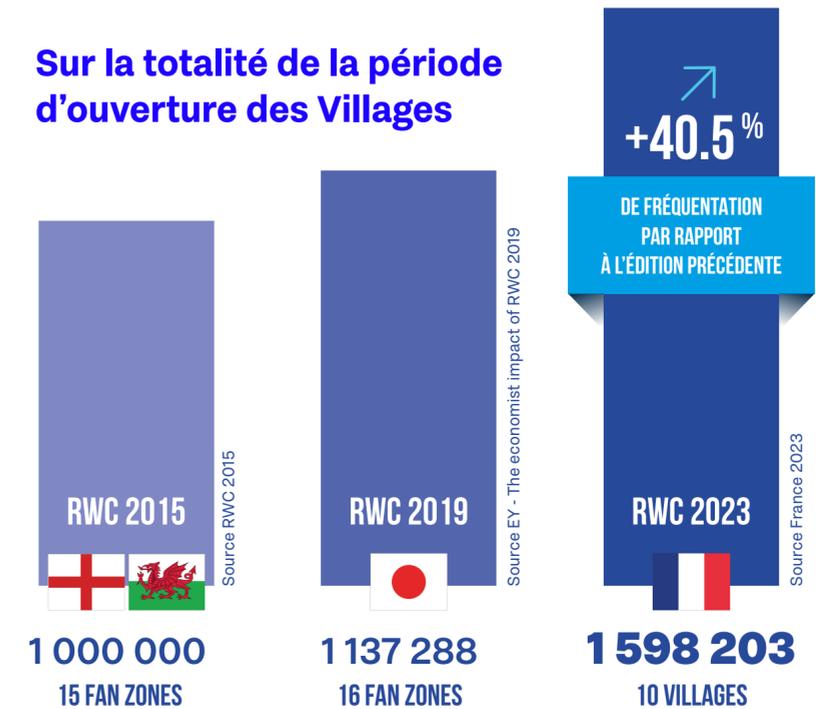




- Alors que la majorité d'entre eux a fermé ses portes après les quarts de finale, **les Villages ont offert des sorties de fin de semaine entre amis ou en famille**, particulièrement attractives pour cet été indien.
- **L'engouement populaire pour la compétition avec une ferveur incontestable pour l'équipe de France** et les déboires de son capitaine, a assurément généré un intérêt pour les Villages, même auprès de publics jusqu'alors assez éloignés du monde du rugby.
- Enfin, **les concepts de Village ouvert et de Village mix attractifs pour tous les publics** ont particulièrement favorisé cet engouement populaire.
- Dans ce contexte, **les niveaux de fréquentation ont été exceptionnellement élevés et ont battu** tous les records de fréquentation pour des villages/fans zone de Rugby organisés à cette période.

COMPARATIF DES DIFFÉRENTES COUPES DU MONDE DE RUGBY

Sur la totalité de la période d'ouverture des Villages

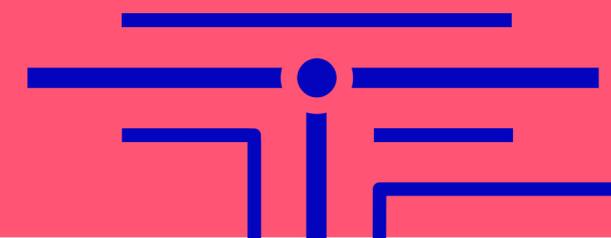


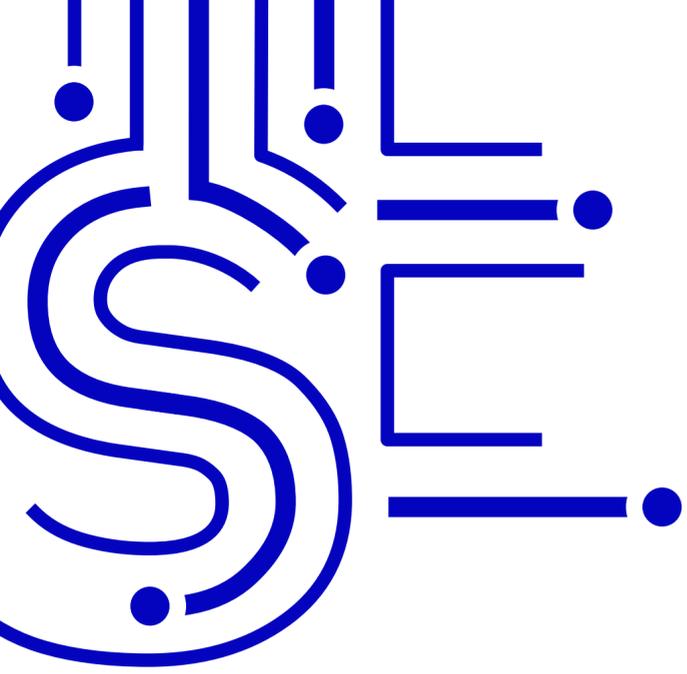
9/10

9 villages sur 10 étaient équipés de systèmes de comptage automatique qui permettaient la transmission régulière aux services de la préfecture.



- Identifier plus précisément tous les visiteurs du Village permettrait de mieux comprendre leur motivation et leur satisfaction de visite, et de proposer à tous les acteurs en charge des animations de prolonger l'expérience (d'initiation, de jeux, de prévention, de lien avec des associations locales) avec les visiteurs rencontrés

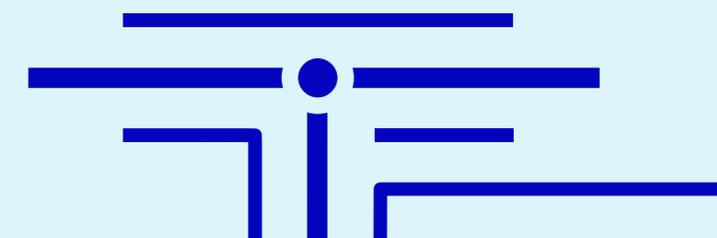
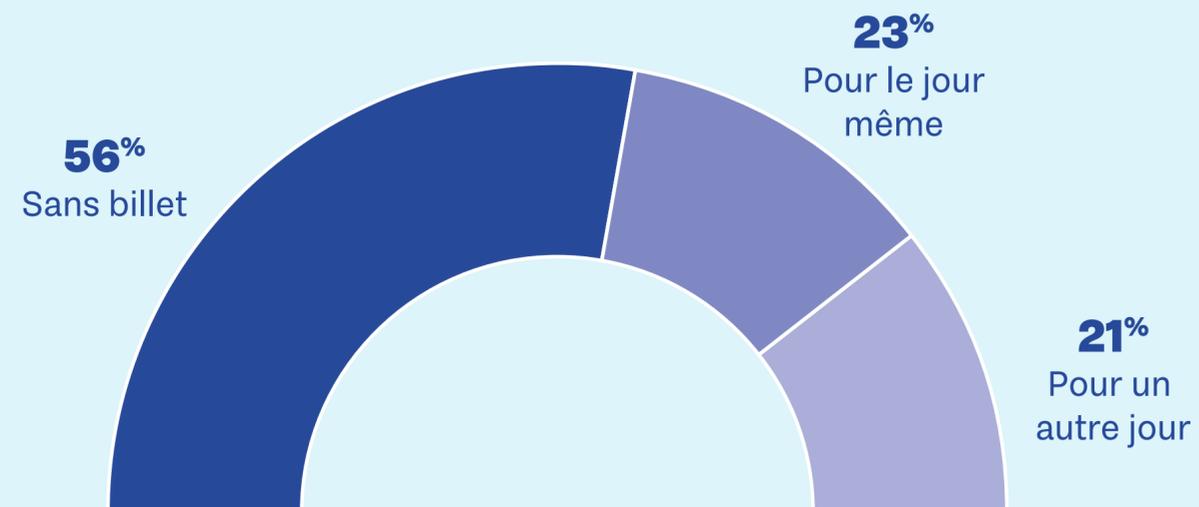




- Dans la douceur automnale, **très peu d'incidents ont été relevés et aucun incident majeur**. Les supporters du rugby apparaissent dès lors comme des publics calmes, festifs et respectueux les uns des autres, même lors de rencontres très serrées avec des enjeux sportifs élevés.
- **La ligne directrice du ministère l'Intérieur** fut de sécuriser l'expérience spectateur sur tout son parcours, dans les transports en commun, aux abords des Villages, et sur le « dernier kilomètre » l'amenant au Stade.
- La consommation importante de bière ne semble pas avoir augmenté le nombre d'incidents. Les dispositifs déployés par la Sécurité civile, le SAMU et les forces de l'ordre ont été très largement sous-utilisés.

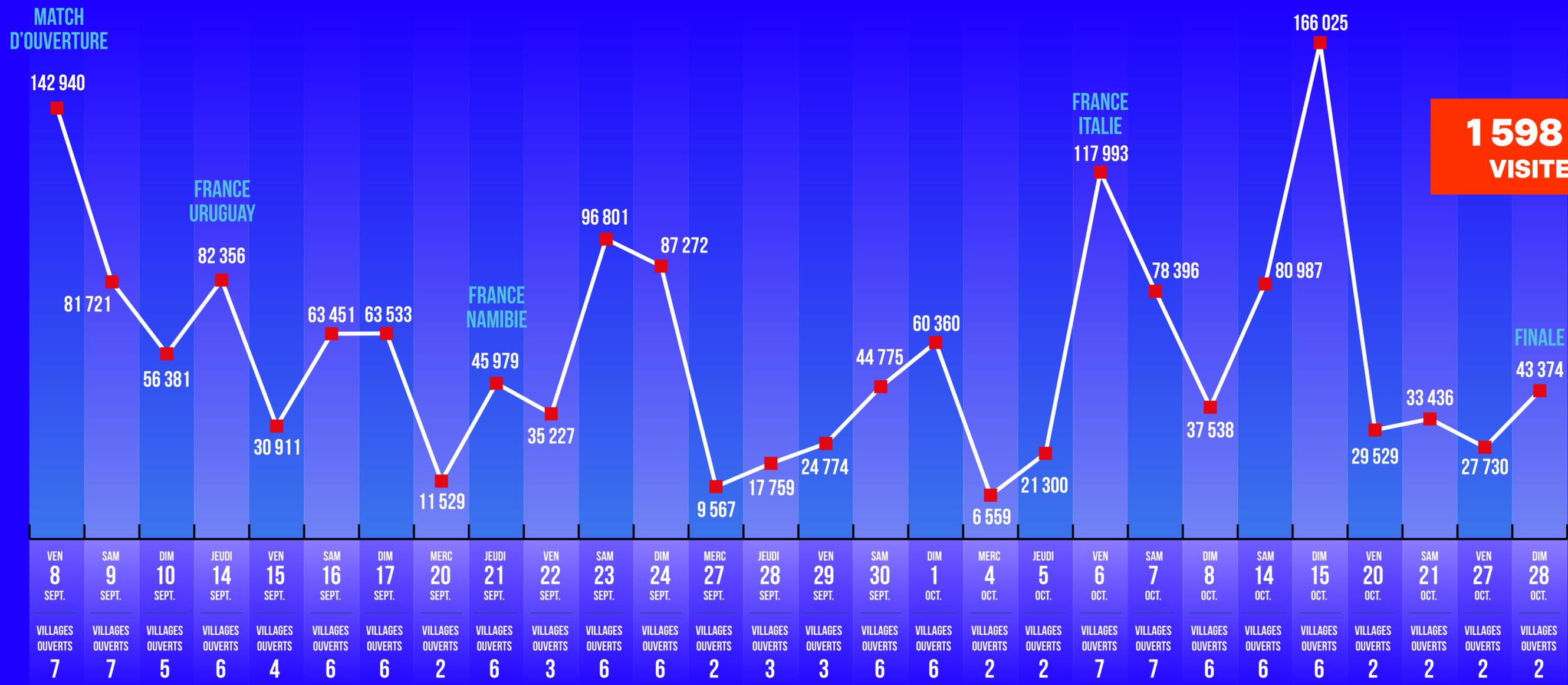


VISITEURS EN POSSESSION D'UN BILLET POUR UN MATCH DE LA COUPE DU MONDE DE RUGBY 2023



CHIFFRES D'AFFLUENCE CUMULÉE DES VILLAGES RUGBY*

*HORS LILLE



1 598 203
VISITEURS

5 = DÉCLINER

TOUTES LES FACETTES DE LA PRATIQUE DU RUGBY POUR ANIMER LE VILLAGE

De nombreux Villages Rugby se sont appuyés sur le support sportif, grâce à des associations ou des partenaires privés, pour animer leurs espaces.

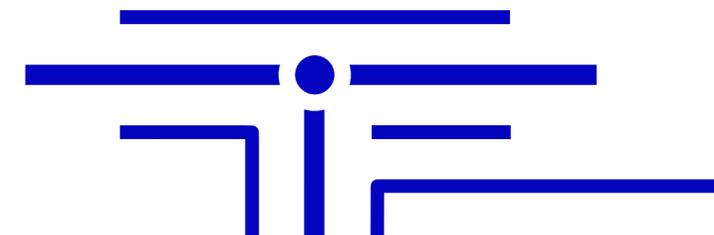
Le choix a souvent été fait à la fois de proposer de la pratique :

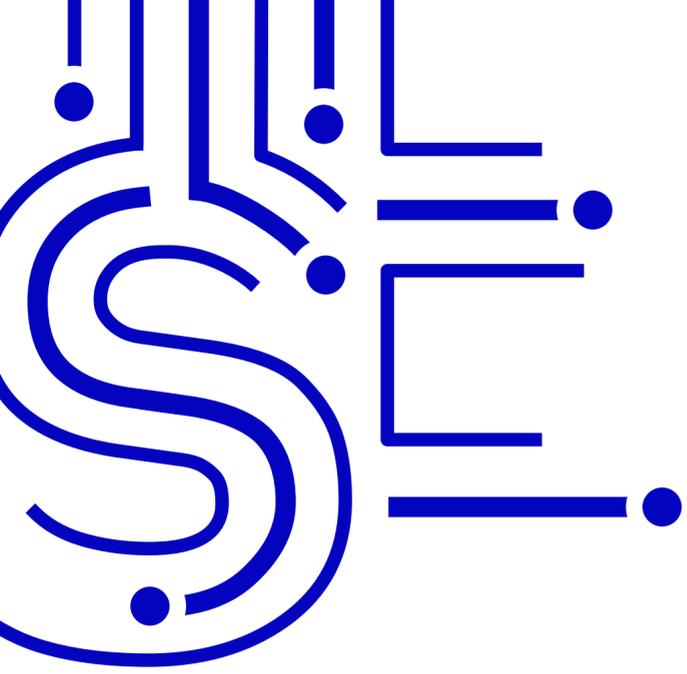
- en initiant les visiteurs aux règles du jeu
- en proposant la découverte du rugby fauteuil
- en proposant des démonstrations de rugby féminin

de tirer le fil des symboles du rugby :

- en inventant des animations autour du ballon ovale, ou des jeux sur les équipes étrangères

Et de profiter de la présence des partenaires de World Rugby.





Les partenaires de RWC 2023 et de France 2023 ont participé à l'animation des Villages, en déployant leurs dispositifs rugbystiques :

- **SG** a présenté son Studio rugby qui permettait aux visiteurs les plus avertis de retrouver des moments légendaires de rugby pour les commenter comme des pros
- **Orange** a fait bénéficier de ses innovations, et notamment une animation de réalité virtuelle
- **Totalenergies** a proposé aux visiteurs de mesurer leur poussée, c'est-à-dire leur capacité à dégager l'énergie nécessaire en mêlée, et de la comparer à celle des plus grands joueurs.

Toutes les boutiques officielles RWC 2023 ont rencontré un gros succès partout où elles étaient installées, et quel que soit le format : container, stand, entrée dédiée et même ouverture hors des horaires du Village à Paris.

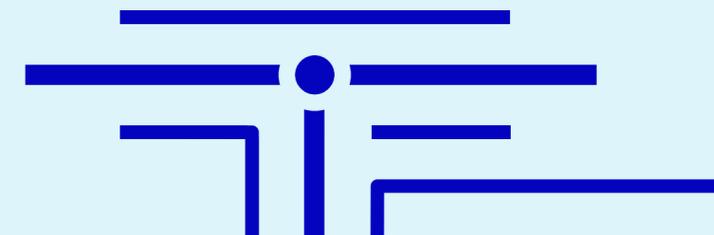


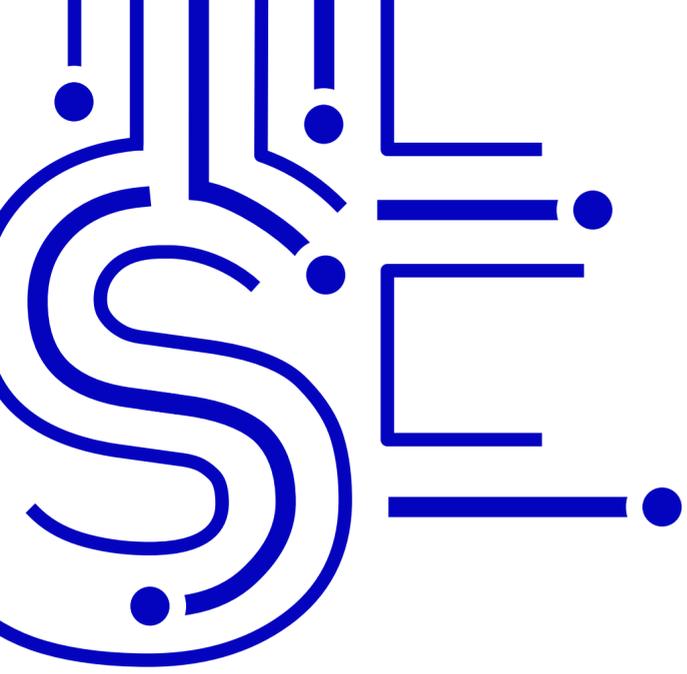
ANIMATION DIGITALES

7 villes sur 10 ont mis en place sur des écrans géants des animations digitales, sur la base de l'expertise d'un même prestataire pour 6 d'entre-elles :

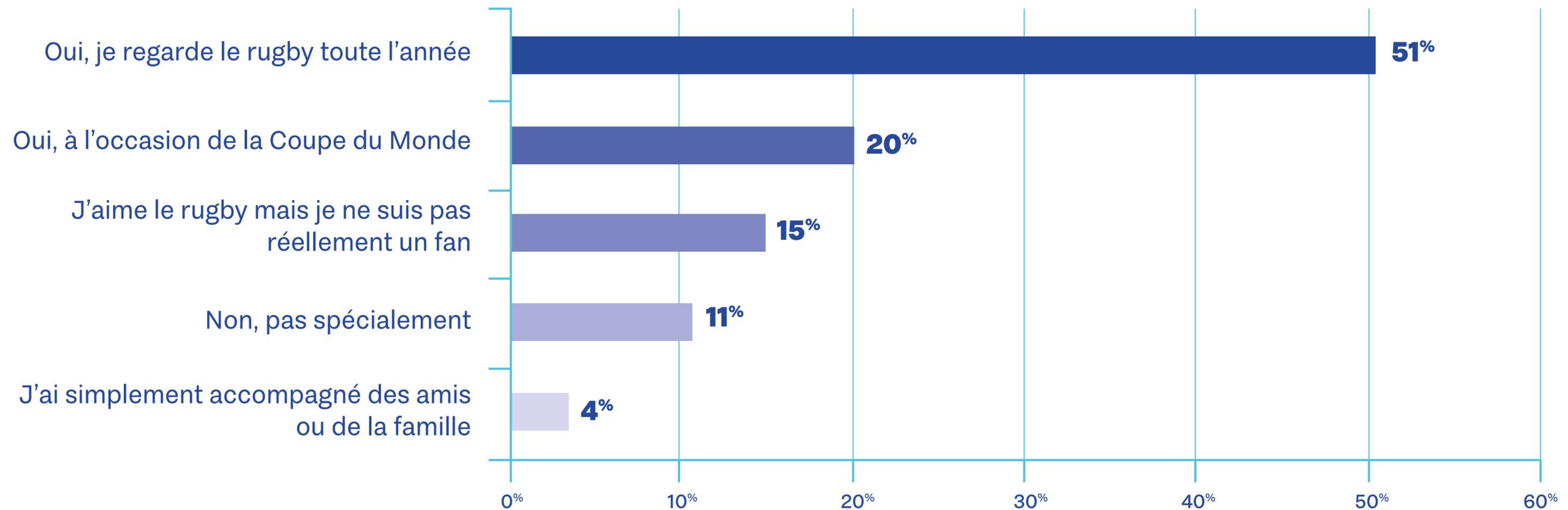
- une fois le QR code scanné, des quizz, jeux, blind tests, social wall à l'attention des visiteurs du Village étaient proposés
- après chaque phase de jeux, des résultats en temps réel étaient diffusés et des récompenses distribuées
- en dehors des jeux, des informations étaient diffusées sur les itinéraires vers le stade, les matchs du jour...

Animations proposées en français et en anglais pour combler les temps morts et créer une ambiance dynamique dans le Village.





ÊTES-VOUS UN FAN DE RUGBY ? NIVEAU D'ENGAGEMENT RUGBY DES VISITEURS DES VILLAGES



- Deux modes de fonctionnement du Village pourraient être organisés, afin de mieux adapter l'accueil des publics en fonction de la programmation de matchs (ou d'épreuves olympiques) :
 - un mode fans qui accueille les supporters et les visiteurs étrangers et répond à toutes leurs envies
 - un mode famille qui permet de faire vivre une zone de loisirs et de proposer des animations différentes.
- Dans le prolongement, la modulation des jauges et donc des espaces, permettrait de faire vivre des expériences adaptées aux publics et d'orchestrer une plus grande variété d'activités.

6 = VALORISER

LES ÉCHANGES INTERNATIONAUX LORS DE LA RWC 2023

Dans leur grande majorité, les Villages ont célébré les équipes accueillies au camp de base ou engagées lors des matchs organisés dans leur stade.

Ainsi, de nombreuses animations culturelles ont été présentées dans les Villages autour de danses, de musiques ou d'animations traditionnelles, en l'honneur des pays, avec l'appui d'associations locales ou des services des ambassades.

En prolongement, le souci de la langue a été pris en compte : notamment les communications aux publics, les espaces d'accueil et la signalétique ont été adaptés.



- Une communication encore plus ciblée et présentée au jour le jour permettrait de valoriser la programmation des Villages et attirer un maximum de publics différents : sur les panneaux municipaux, sur des applications, et sur tous les supports actualisables en temps réel
- Dans le prolongement, la signalétique vers les Villages pourrait être renforcée et davantage événementialisée (par exemple thématisée rugby pour la RWC ou disciplines olympiques pour les JOP)

7 = PROMOUVOIR

LA GASTRONOMIE ET LES PRODUITS LOCAUX

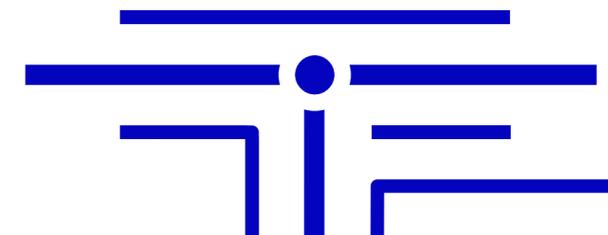
Les Villages ont parfois choisi de jouer la carte gourmande pour animer leurs espaces, dans le cadre des Marchés Rugby.

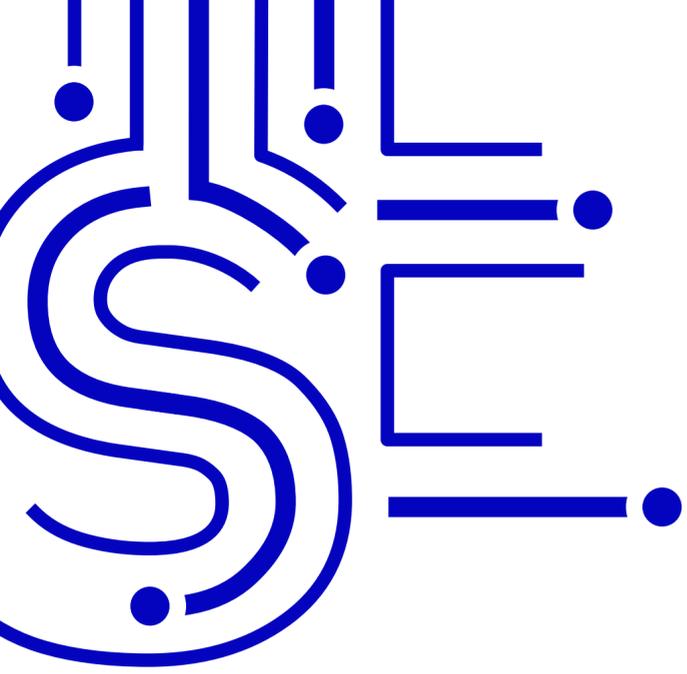
- Ainsi, **la valorisation des produits du terroir a beaucoup dépendu de l'existence d'un Label fédérateur**, comme à Lyon, ou de la présence d'artisans ou producteurs sur les plages d'ouverture du Village. Elle est parfois passée par la promotion des circuits courts dans un objectif autant environnemental que gastronomique.
- **Le bilan dans les autres villages varie** : sans doute s'est-elle heurtée à l'objectif plus commercial des activités de restauration qui étaient aussi présentes sur le site du Village ou à proximité lorsque les Villages étaient situés en centre-ville. Il n'était pas simple, non plus pour les visiteurs à la fois spectateurs, d'acheter des produits qu'ils devaient ensuite transporter jusqu'au stade.
- **Les Marchés Rugby pouvaient être placés indifféremment** à l'intérieur ou à l'extérieur des enceintes des Villages (comme c'était le cas par exemple à Nantes et Toulouse)
- En complément des espaces restauration, **Asahi le partenaire officiel a servi sa bière sur tous les Villages.**



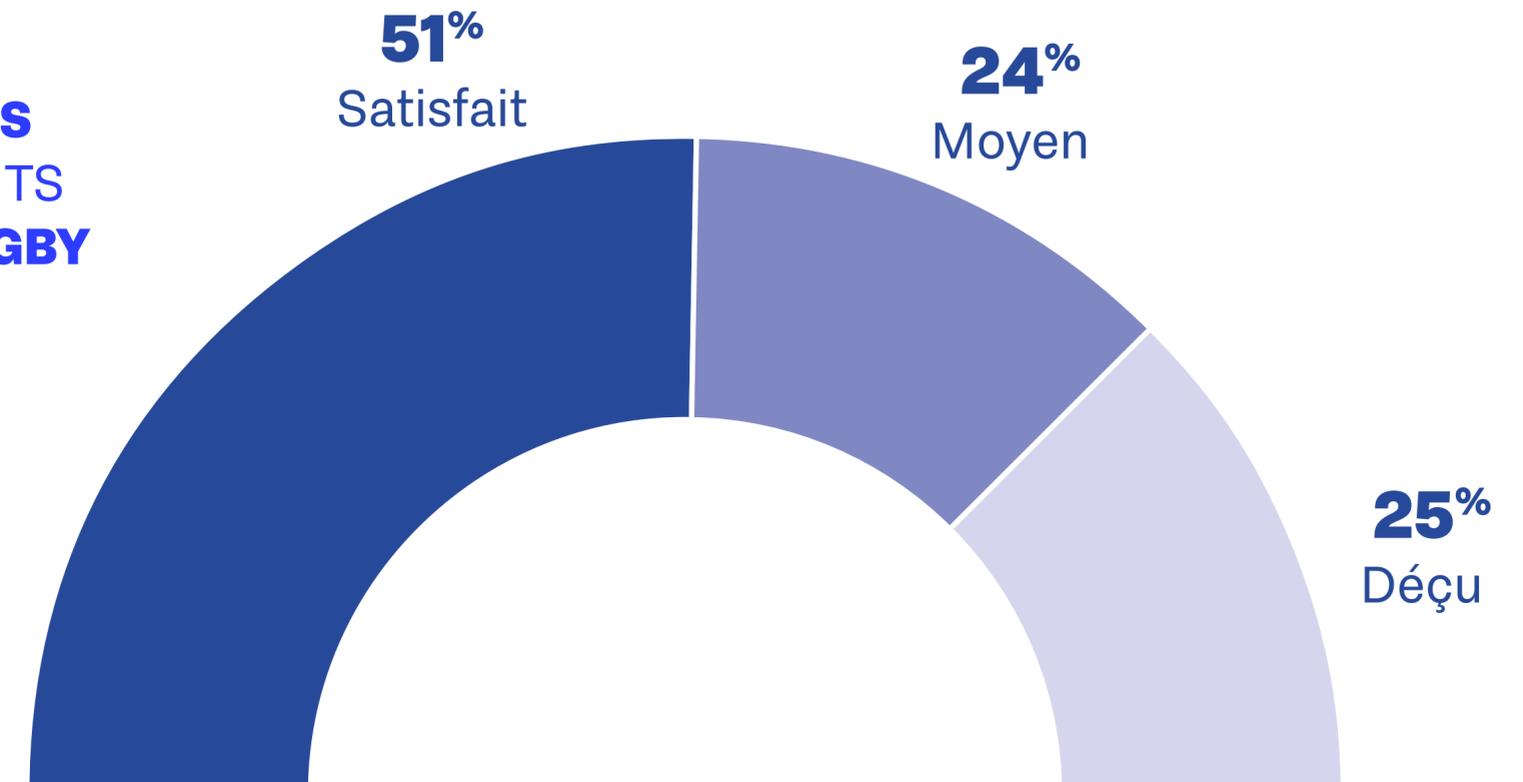
7

MARCHÉS RUGBY
MIS EN PLACE





NIVEAU DE SATISFACTION DES MARCHÉS (VENTE DE PRODUITS LOCAUX) SUR LE VILLAGE RUGBY



POINTS À ÉTUDIER

- La mutualisation des espaces restauration et de l'objectif donné aux marchés permettrait de promouvoir les produits du terroir de manière plus efficace et plus cohérente : faire travailler les mêmes professionnels, aligner l'offre alimentaire, mutualiser les produits à la vente.
- Pour Paris 2024, il convient d'adapter avec le ministère de l'Agriculture le dispositif pour valoriser les circuits courts et les labels bio dans les différentes régions en englobant la totalité du sujet restauration et pas uniquement concevoir un espace de vente.

LE TOURISME AU CŒUR DES VILLAGES RUGBY

De manière générale, chaque Village a présenté un stand orienté sur la valorisation touristique du territoire : stand tenu par la ville, la métropole ou l'office du tourisme lui-même.

Ces espaces ont souvent présenté des thématiques complémentaires, tournées vers la protection de l'environnement ou la prévention, sur des sujets aussi divers que la sécurité routière, la santé ou les violences.



8 = ANIMER

UN VIVIER DE BÉNÉVOLES ET DE VOLONTAIRES, ET DE MIEUX EN MIEUX FORMÉS

De nombreux Villages ont souhaité s'appuyer sur des équipes de bénévoles issus des associations locales ou des écoles (universités, écoles de commerce...) pour organiser ou soutenir la gestion et l'animation de leurs espaces.

Ces bénévoles **pouvaient être mobilisés sur les Villages**, en lien avec l'organisation des matchs ou dans le cadre de la mobilité des publics.

Plus particulièrement dans les Villages, les bénévoles des associations partenaires ont été **mobilisés pour animer des stands et des animations sportives**.

Saint-Etienne un exemple de mobilisation

La Métropole de Saint-Etienne a pu s'appuyer sur un dispositif de 280 bénévoles avec des expertises et des compétences reconnues dans l'organisation de manifestations et d'événements. Depuis 1998 (Coupe du Monde de Football), la Collectivité anime et valorise régulièrement une équipe de bénévoles dynamique et renouvelée régulièrement. Des dispositifs spécifiques et des espaces dédiés permettent de valoriser et accueillir les bénévoles dans des conditions optimales.

9 = SÉCURISER

L'EXPÉRIENCE VISITEUR

Malgré le contexte de tensions internationales, absolument aucun incident majeur n'a été recensé sur l'ensemble des journées d'ouverture des Villages rugby.

- La vigilance de toutes les parties pour **les contrôles d'accès a été encore réhaussée** en fin de compétition suite au passage en « urgence attentat » de Vigipirate après l'attaque terroriste au couteau à Arras le 13 octobre.
- Tous les Villages ont fait l'objet d'**opérations d'inspections de sécurité explosifs**.
- **La sécurité a été assurée pour l'essentiel par les prestataires privés des collectivités** aux différents points d'accès et n'ont pas donné lieu à des difficultés capacitaires.
- **Avec la police nationale aux abords mais aussi à l'intérieur des enceintes**, la collaboration a été fluide avec l'ensemble des dix villes. Sur plusieurs sites, des petits commissariats mobiles ont même été déployés pour les premières prises en charge ou dépôts de plaintes.
- Dispositif complété par **un investissement d'1 million d'euros dans la video protection** dédiée aux Villages.
- **Police Nationale ou Gendarmerie** ont aussi animé des stands de prévention à l'intérieur même des Villages.
- **Aucune difficulté majeure n'a été signalée** pour l'ensemble des services de secours présents en nombre sur les différents sites (pompiers, Samu, sécurité civile etc.).



3 000

POLICIERS MUNICIPAUX MOBILISÉS
DANS L'ESPACE PUBLIC PENDANT
LA COUPE DU MONDE NOTAMMENT
DANS LES VILLAGES RUGBY

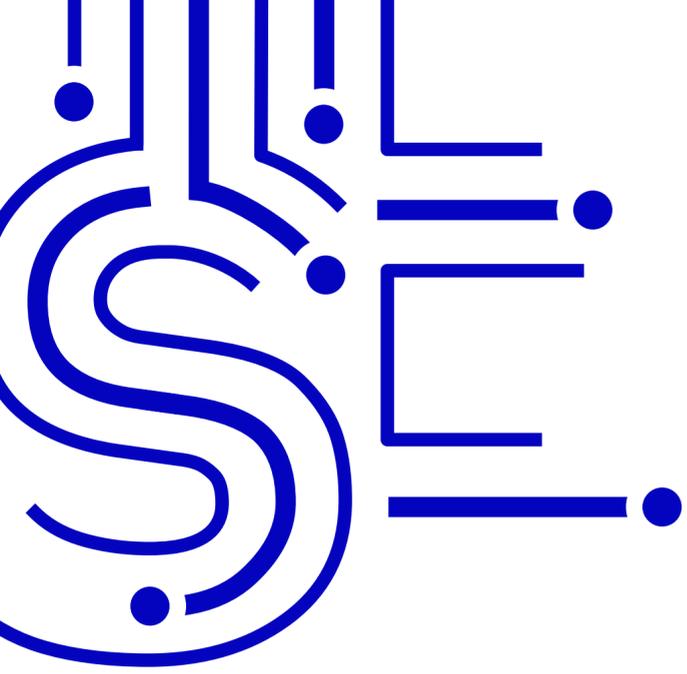
10 = FINANCER

DE MANIÈRE INNOVANTE ET ÉQUILIBRÉE

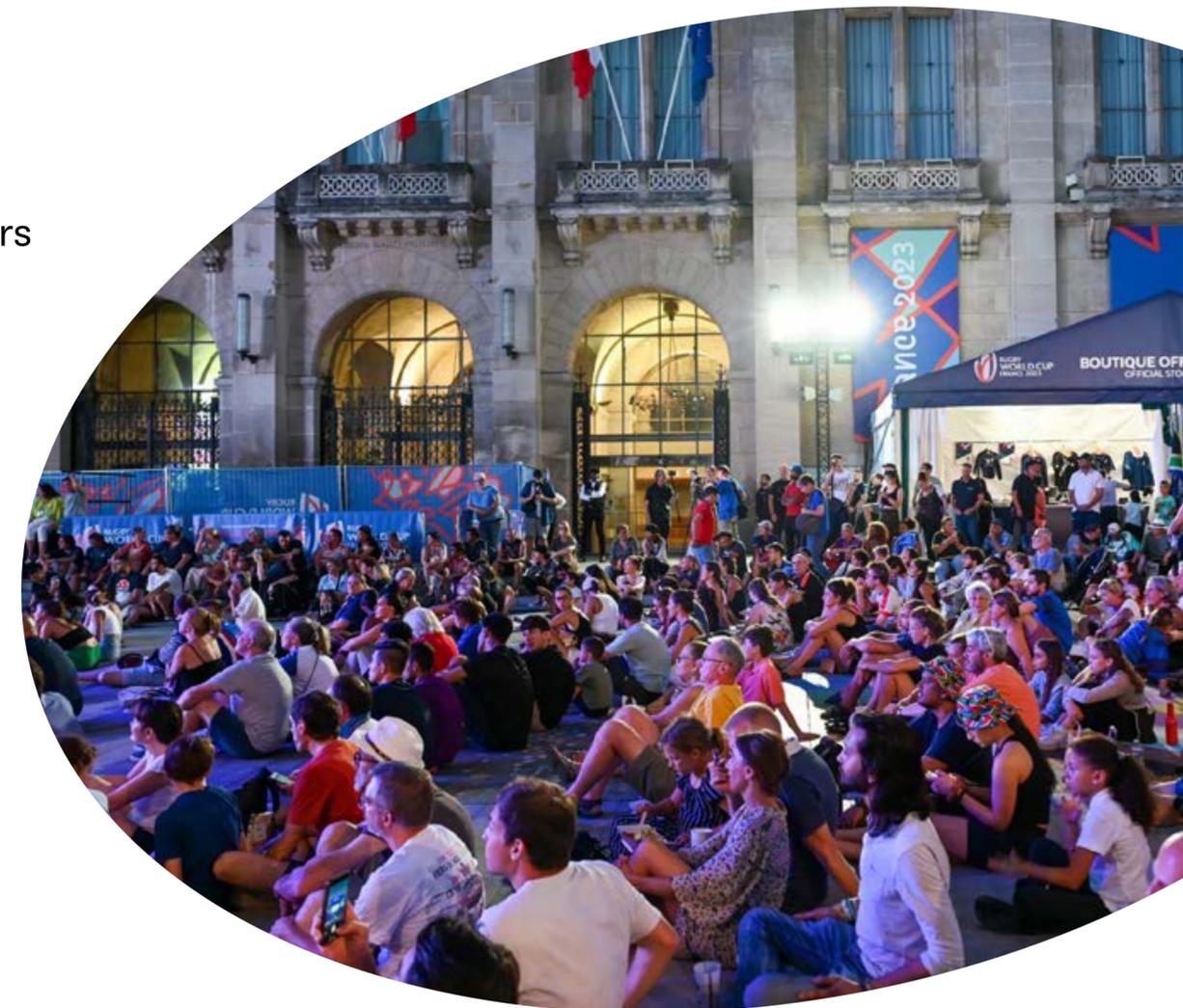
Les zones de célébrations sont un coût important à la charge des villes-hôtes dans l'organisation des grands événements.

2.78 M€ Coût moyen d'un Village Rugby

- **Le budget des différents Villages est fonction de la taille de la jauge et du nombre de journées d'ouverture.** La sécurisation des différents dispositifs représente la dépense principale.
- **Le modèle économique a donné lieu à des négociations avec World Rugby, France 2023 et l'Etat.** Des innovations importantes ont été mises en œuvre à l'occasion de cet événement.



- **Pour la première fois** (sur le modèle de l'Euro 2016 de football), World Rugby a autorisé un droit aux partenaires locaux pour les Villages dans les catégories non concurrentielles des sponsors internationaux et nationaux. Cela a permis notamment à Paris et à Lyon de nouer des partenariats locaux pour des médias locaux, des luminaires, un traiteur ou des sols de pratique sportive.
- **France 2023 a contribué directement au modèle à hauteur de 1 M€** pour le respect des droits marketing soit 100 k€ par ville-hôte.
- **L'Etat avec le ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire a également participé via France 2023 au financement des Marchés Rugby** pour un montant total de 2 M€ soit jusqu'à 285 k€ pour chacune des 7 villes ayant déployé le concept.



- Conçu comme une expérience augmentée de le RWC 2023, le Village rugby a bénéficié d'une prise en charge financière par l'organisateur lui-même. De la même manière, les collectivités ne pourront assurer totalement seules tous les coûts des zones de célébration pour Paris 2024.
- L'Etat et le comité d'organisation doivent désormais finaliser rapidement leurs modalités de soutien aux villes et métropoles pour ces « Clubs 2024 ». Le comité d'organisation devrait veiller à l'intérêt des collectivités pour faire respecter ses règles marketing et les associer à la lutte contre « l'ambush marketing ».

10 VILLES IMPLIQUÉES

DANS UNE FÊTE POPULAIRE



BORDEAUX



LILLE



LYON



MARSEILLE



NANTES



NICE



PARIS



SAINT-DENIS

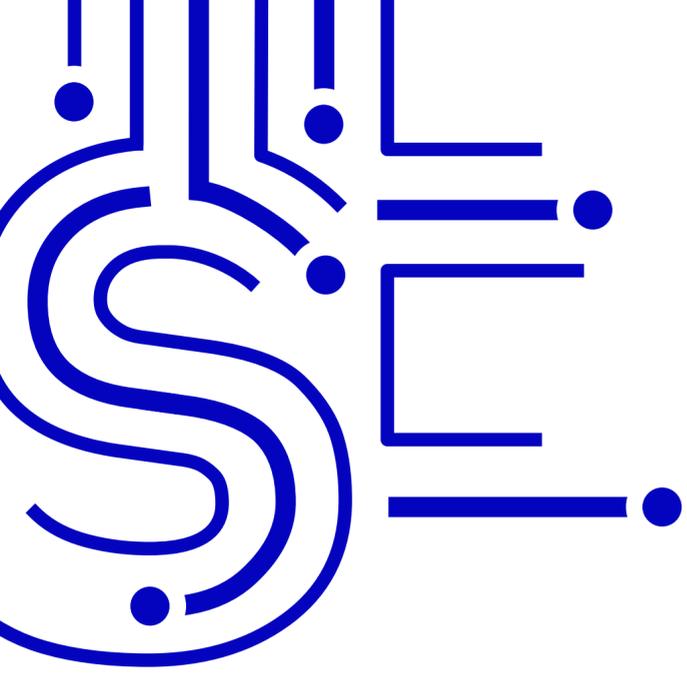


SAINT-ÉTIENNE



TOULOUSE

BORDEAUX



LE MOT DU PRÉSIDENT

Bordeaux Métropole a décidé d'accueillir la Coupe du Monde de Rugby 2023 sur son territoire avec 5 matchs de poule qui ont suscité un engouement à la hauteur de l'événement mondial. Depuis le début de l'année 2023, notre métropole a vibré au rythme du collectif et est entrée dans la mêlée en proposant aux 28 communes de participer à un appel à projets XXL à hauteur de 250.000€. Celui-ci a permis de mettre en place une quarantaine d'animations en amont et tout au long de la compétition ainsi que de faire rayonner la passion de l'ovale chez les petits comme chez les grands : concerts, spectacles, tournois de rugby... les représentations d'art dans toutes ses composantes ont pris vie.

A travers la billetterie sociale que nous avons acquise, nous avons pu faire bénéficier de nombreux enfants, personnes isolés, éloignés de la pratique sportive ou encore en difficulté financière, d'un billet pour pouvoir assister à un match au stade de Bordeaux. Nous tenions à ce que ce temps festif et sportif soit un temps vécu et partagé, par toutes et tous. C'est également à travers notre village rugby sur les quais, que des milliers de supporters se sont amassés pour venir encourager leurs équipes favorites. D'une capacité maximale de 10.000 personnes, le village a souvent fait le plein, sans pour autant dépeupler nos centres-villes dont celui de Bordeaux, qui a connu des fréquentations records chez nos commerçants habillés aux couleurs du rugby.

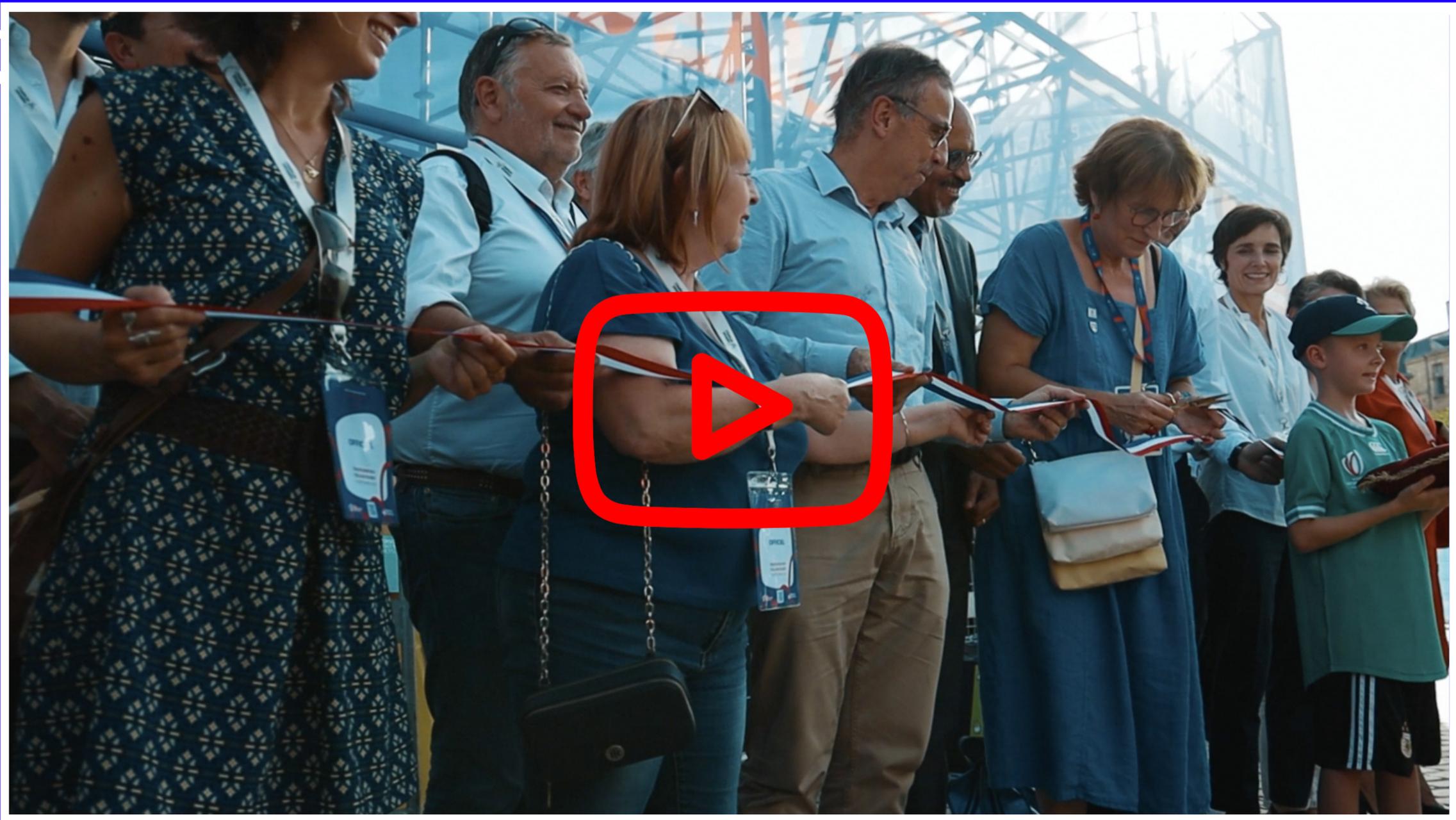
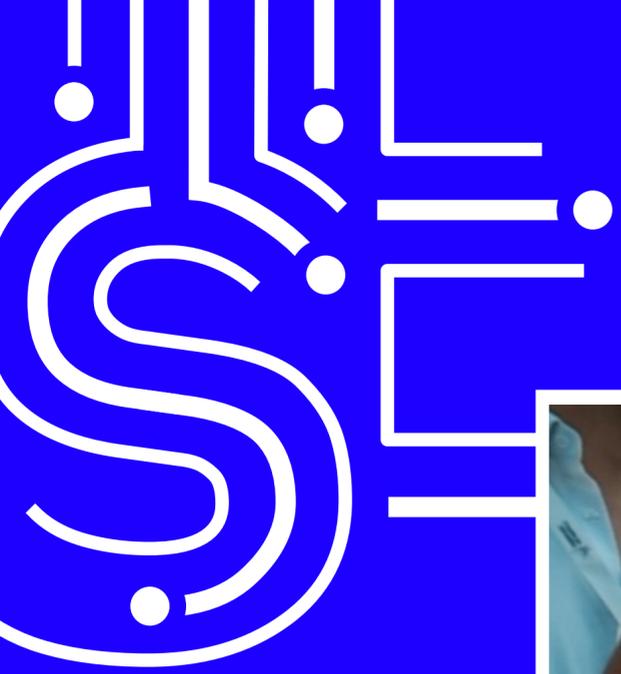
Ces animations ont répondu aux objectifs, ceux d'animer nos villes et de les faire rayonner auprès de nos habitants comme des touristes, faire participer l'ensemble de nos habitants aux animations, fédérer les acteurs du territoire autour d'un événement et bien sûr, rendre accessible à tous l'enceinte du stade de Bordeaux ainsi que d'offrir une expérience unique autour de cet événement. Des centaines d'enfants ont pu voir fouler sur la pelouse du stade Chaban-Delmas les All Blacks, les habitants de Lormont ont vécu aux côtés de l'équipe des Fidji durant un mois en découvrant leur culture...

La richesse des échanges et le mélange des cultures ont témoigné de l'importance et l'impact sociaux que pouvaient avoir un tel événement dans Bordeaux Métropole. Alors nous sommes fiers, avec l'ensemble des partenaires, d'avoir contribué à réaliser des rêves et d'en avoir créé de nouveaux à travers un sport véhiculant des valeurs communes de solidarité, d'entraide, de transmission et de partage. L'héritage de cette Coupe du Monde va se perpétuer durant des années.



ALAIN ANZIANI
Président de Bordeaux Métropole
Maire de Mérignac

“ Nous tenions à ce que ce temps festif et sportif soit un temps vécu et partagé, par toutes et tous ”

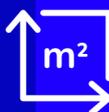




CHIFFRES=CLÉS



Parc des sports Saint-Michel



7 000 m²



64 140

personnes accueillies



2,7 M€

Estimation coût global Village

ENSEMBLE VIBRONS

AUTOUR DE LA COUPE DU MONDE DE RUGBY 2023

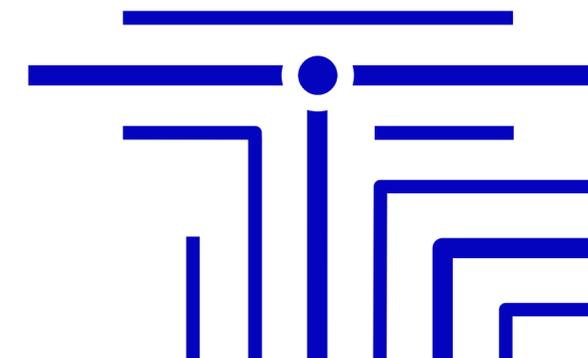
Le Village Rugby a été organisé autour d'une vaste zone de retransmission, avec l'engagement de concevoir un village qui répond aux exigences environnementales élevées.

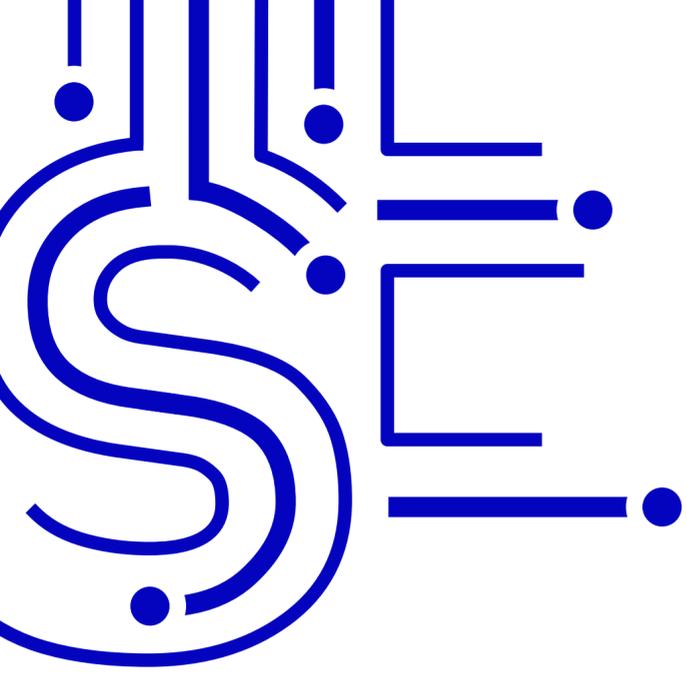
- Le Village rugby a été **conçu comme une grande fan zone pour les amateurs de rugby**, complétée par un espace dédié à la restauration, qui se prolonge sur le Marché Rugby
- Une capacité d'accueil de 10 000 personnes, **soit la 3^e plus importante de France**



POINTS FORTS

- LA VOLONTÉ PERMANENTE DE RÉDUIRE DE MANIÈRE SIGNIFICATIVE L'IMPACT DU VILLAGE
- LA LOCALISATION CENTRALE DANS UN LIEU CONNU DE TOUS LES BORDELAIS



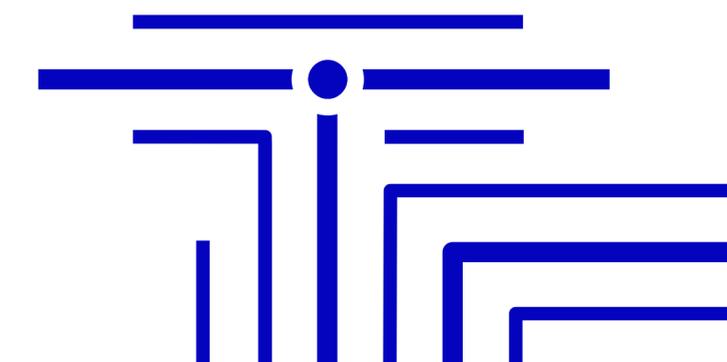


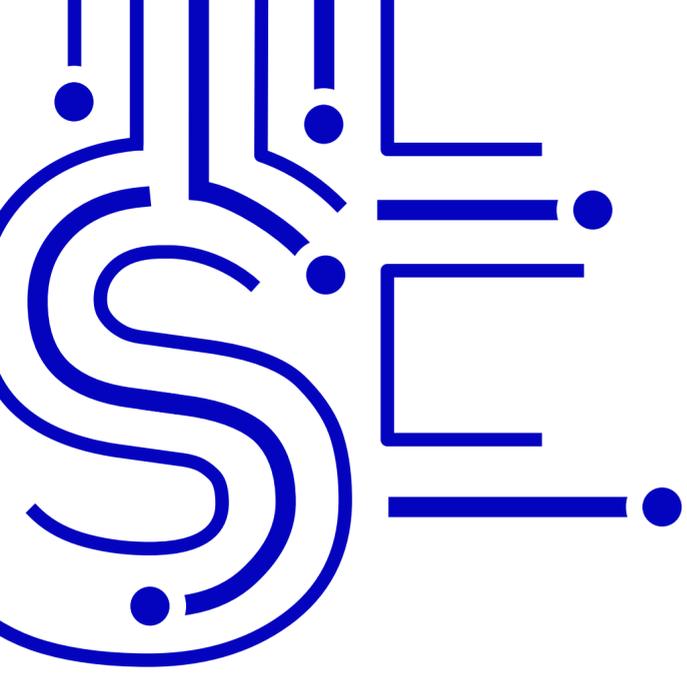
ÉQUIPEMENTS ET INSTALLATIONS SPORTIVES

Situé au Parc des sports de Saint-Michel, tout proche de la Gare et de la ligne de Tram C, le village, ouvert de 14h à minuit, a été installé avec peu d'équipements, principalement organisé autour de la zone de retransmission des matchs.

LES ÉQUIPEMENTS :

- **Un écran de 52 m²** a été installé à la fois pour la retransmission des matchs et des animations digitales type quizz / sondage / Social wall..
- Il a également permis la **diffusion de spots promotionnels institutionnels** : de France 2023, l'application F23, le tourisme Irlande, le tourisme Bordeaux, Bordeaux Métropole, et l'Agence Alimentaire Nouvelle Aquitaine.
- **Des dispositifs d'accueil et de guidage des personnes à mobilité réduite** ont été mis en place sur le Village.
- **Un terrain synthétique** (20mx10m) en partenariat avec la Ligue de Rugby de Nouvelle Aquitaine





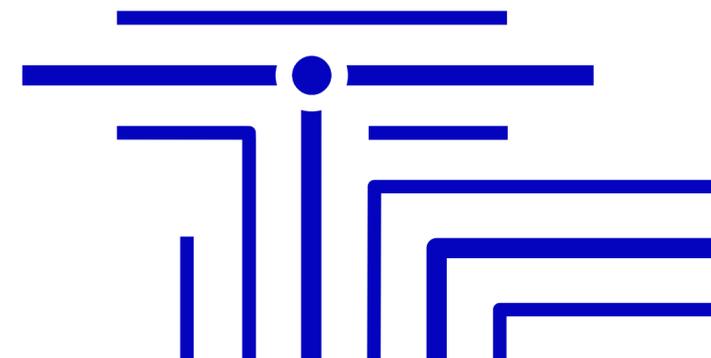
DÉVELOPPEMENT DURABLE

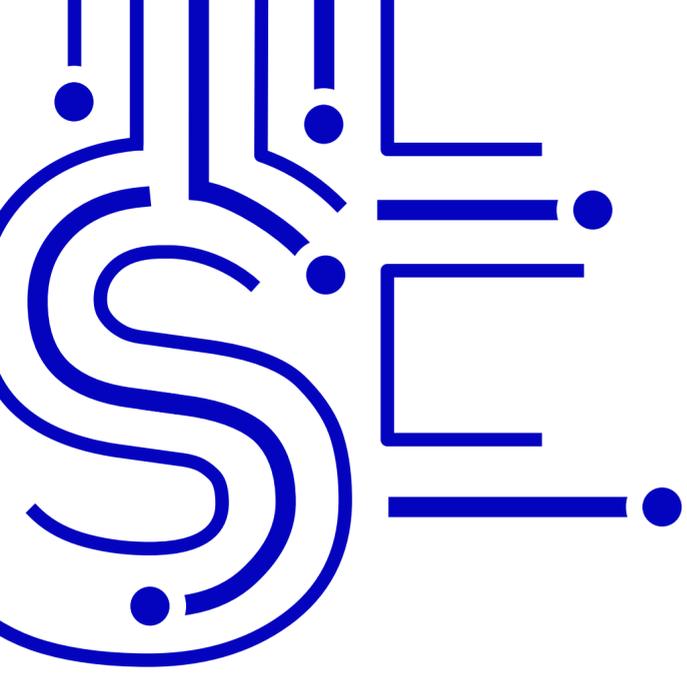
LE VILLAGE RUGBY DE BORDEAUX A CHOISI D'ÊTRE PARTICULIÈREMENT INNOVANT ET EXEMPLAIRE EN MATIÈRE D'IMPACT ENVIRONNEMENTAL ET SOCIAL.

Ainsi, plusieurs actions phares ont été mises en place, qui pourront servir d'expériences à reconduire pour les prochains événements

→ 1. Réduire et valoriser les déchets sur le village rugby

- **Objectif 0 plastique vendu** : aucune bouteille plastique et aucun emballage plastique n'a été vendu sur le village, avec en complément, l'installation de 4 rampes en accès libre proposant de l'eau de Bordeaux Métropole.
- **Mise en place d'une collecte de tri sur site avec les différents flux** : plastique/carton, mégot, tout venant. Ce dispositif s'est accompagné d'une brigade verte allant à la rencontre du grand public. Pour le sensibiliser aux enjeux. Le taux de valorisation visé était de 100% à travers des filières de revalorisation pour la plupart régionale.
- **Gestion dédiée des déchets sur tous les stands de restauration** avec la mise en place d'une collecte de déchets organiques et l'utilisation de contenants compostables.
- Grâce à la coordination de 3 entreprises girondines, **mise en place de toilettes sèches** via l'entreprise d'Eysines « Un petit coin de Paradis ». Ces toilettes sèches participent à la remise en circulation des nutriments issus des excréments. La gestion de l'urine récupérée sur site est assurée par l'entreprise « Toopi ». Cette solution procède à la transformation des urines en engrais minéraux. Cette usine de fermentation d'urine est une première mondiale et est située à Loupiac-de-la-Réole. Côté excréments, c'est l'entreprise « Pena », basée à Saint Jean d'Illac, qui revalorise ensuite cette matière en compost naturel à destination de l'agriculture.
- **Collectes des mégots** par l'association Ecomégot qui sont ensuite transformés en panneaux de sensibilisation à destination des collectivités, des entreprises, des groupes scolaires ...



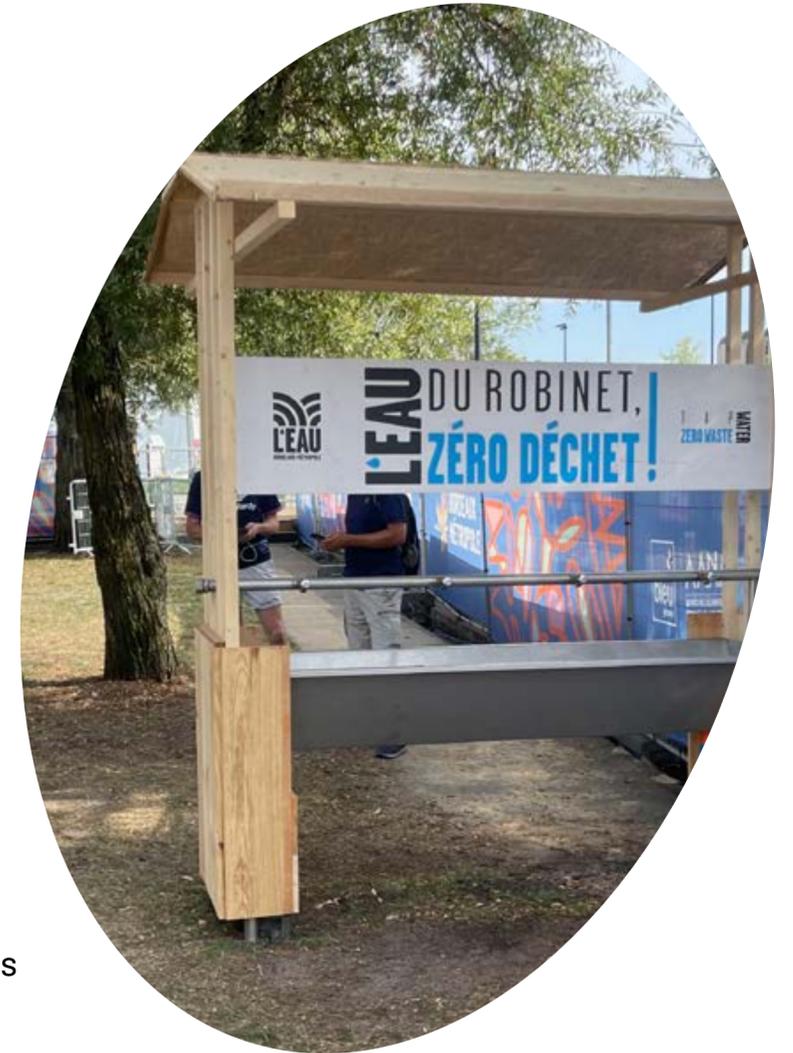


→ 2. Viser la réutilisation et le recyclage maximal du matériel utilisé pour les stands du Village

- Favoriser la location à l'achat : un maximum d'éléments ont été loués afin de limiter la transformation de matières premières et limiter le coût du Village
- Revalorisation de l'ensemble des bâches et autres éléments de signalétique utilisés pour les besoins de l'organisation via des associations dans les 2 ans post Coupe du monde
- Choix des matériaux qui a permis de valoriser les matières locales comme le bois. Aucun arbre n'a été coupé. Le bois utilisé pour la scénographie du Village provenait de la forêt brûlée lors des incendies de Landiras et de Belin Beliet en 2022.

→ 3. Privilégier une économie durable et circulaire

- La stratégie d'achat d'objets promotionnels a été minutieusement pensée : les objets achetés, autres que ceux sous licence officielle de la Rugby World Cup, ont été fabriqués en France ou en Europe avec pour certains, une fabrication à partir de matières premières recyclées, recyclables et biodégradables.



200 BÉNÉVOLES MOBILISÉS

Le programme de bénévoles a été imaginé pour constituer une équipe mixte et intergénérationnelle de 200 bénévoles (de 18 à 80 ans).

- Dans le champ social, l'équipe organisatrice a souhaité favoriser l'inclusion et l'insertion pour l'exploitation du Village.
- Le nettoyage de la zone de célébration a ainsi été effectué par l'association Tapaj employant des jeunes de 16 à 25 ans en situation de précarité.
- Forte sensibilisation sur les conduites addictives par Addictions France.





JAUGE DU VILLAGE
10 000



15 jours
d'ouverture



4 276
personnes/jour



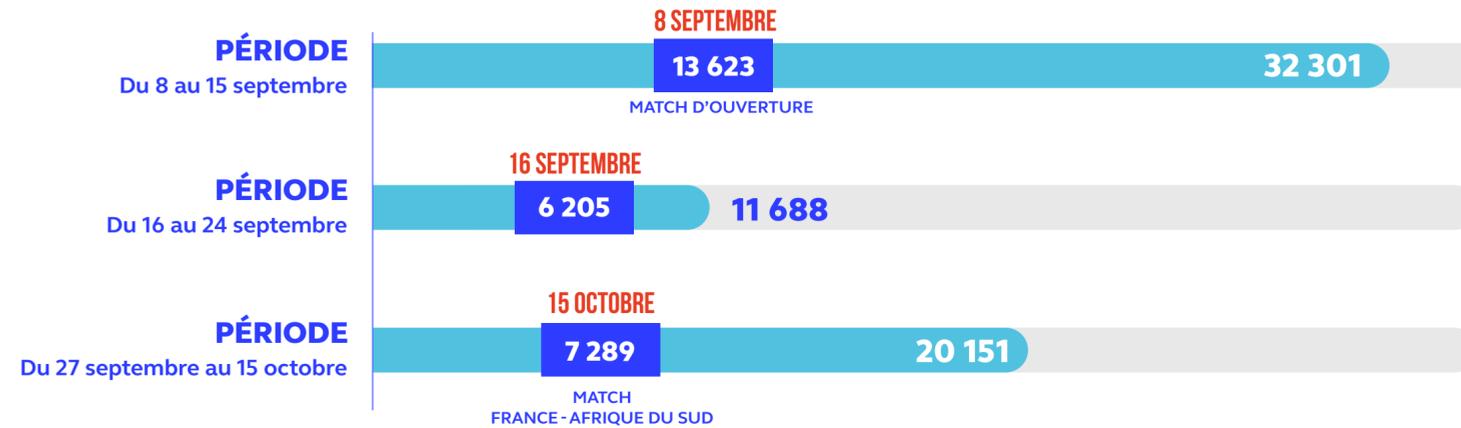
64 140
personnes accueillies



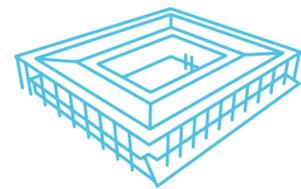
37 matchs
retransmis

FRÉQUENTATION

— ET PICS DE VISITEURS —

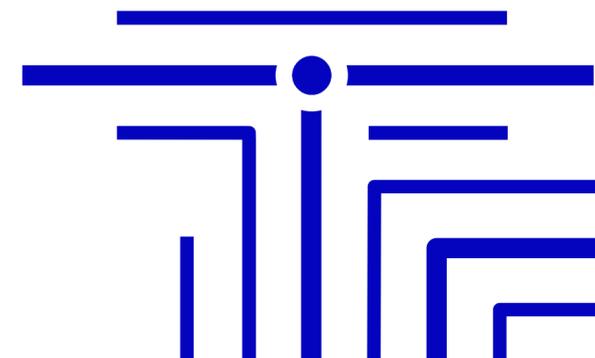


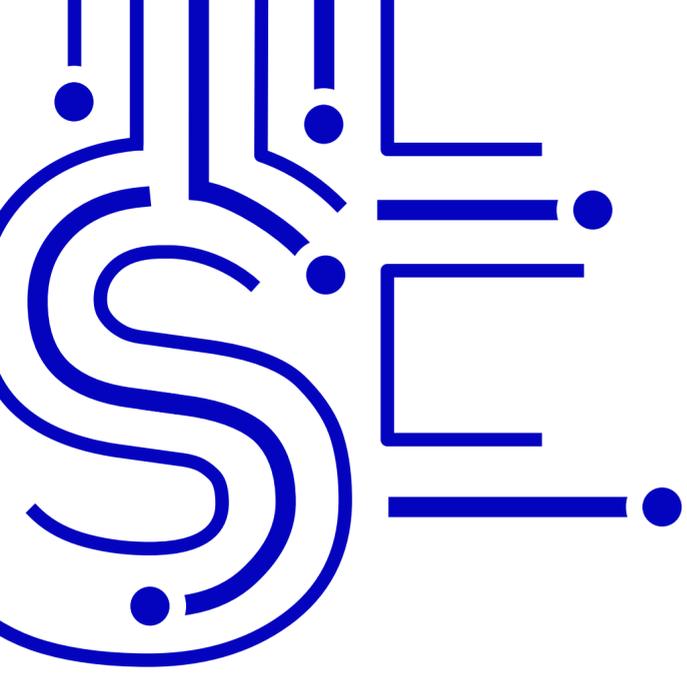
— CALENDRIER DES MATCHS —



5 MATCHS ORGANISÉS À BORDEAUX
principalement en milieu et fin d'après-midi

Samedi 9 septembre	15:30	B	Irlande - Roumanie
Dimanche 10 septembre	21:00	C	Pays de Galles - Fidji
Samedi 16 septembre	15:00	D	Samoa - Chili
Dimanche 17 septembre	15:00	B	Afrique du Sud - Roumanie
Samedi 30 septembre	17:45	C	Fidji - Géorgie



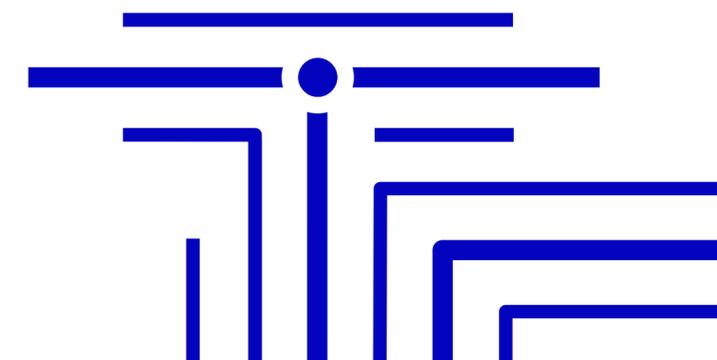
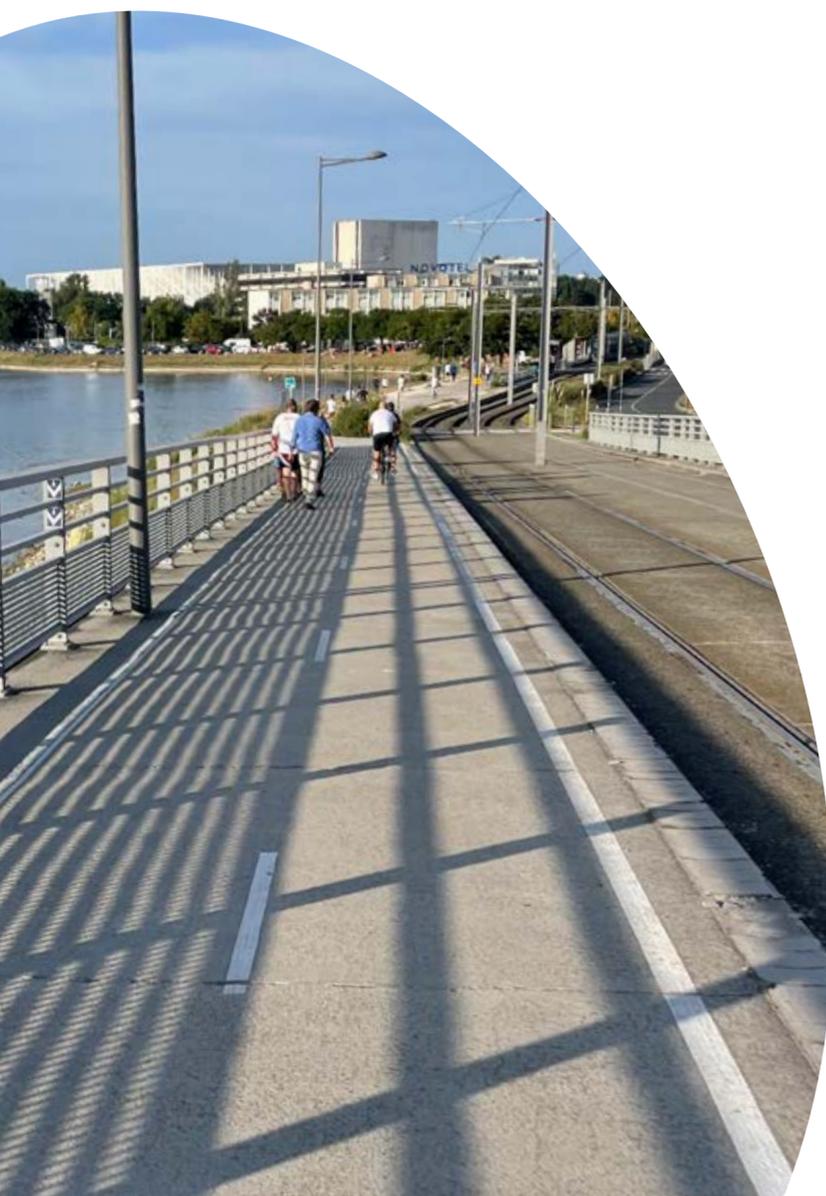


MOBILITÉ

DES TRAJETS FACILITÉS PAR LA PRÉSENCE DE BÉNÉVOLES

BORDEAUX A SOUHAITÉ ORGANISER SON VILLAGE EN FAVORISANT LES MOBILITÉS DOUCES.

- De très nombreux bénévoles placés sur le parcours vélo entre le Village et le Stade pour sécuriser, orienter et encourager les visiteurs
- Mise à disposition gracieuse, au départ du Village rugby, d'une flotte de 600 vélos pour se rendre au stade, qui bénéficie d'un réseau de pistes cyclables très développé et sécurisé jusqu'au Stade
- Parc de stationnement supplémentaire de 500 vélos pour les personnes souhaitant se rendre sur le village rugby à vélo et 300 places de stationnement vélos supplémentaires également aménagées à proximité du stade pour accueillir les supporters
- Renfort des transports en commun les soirs de match à destination du stade de Bordeaux





LE MARCHÉ RUGBY

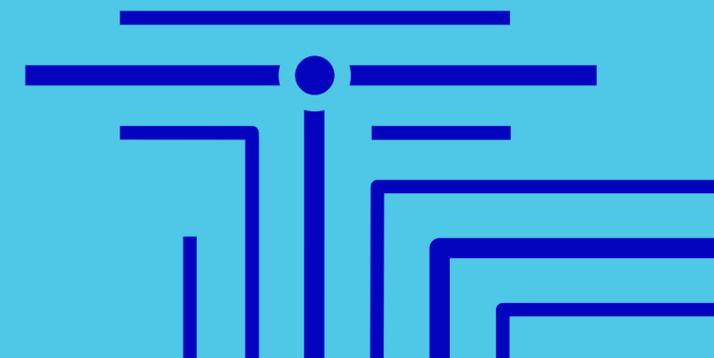
« QUALITÉ, PLAISIR, SANTÉ »

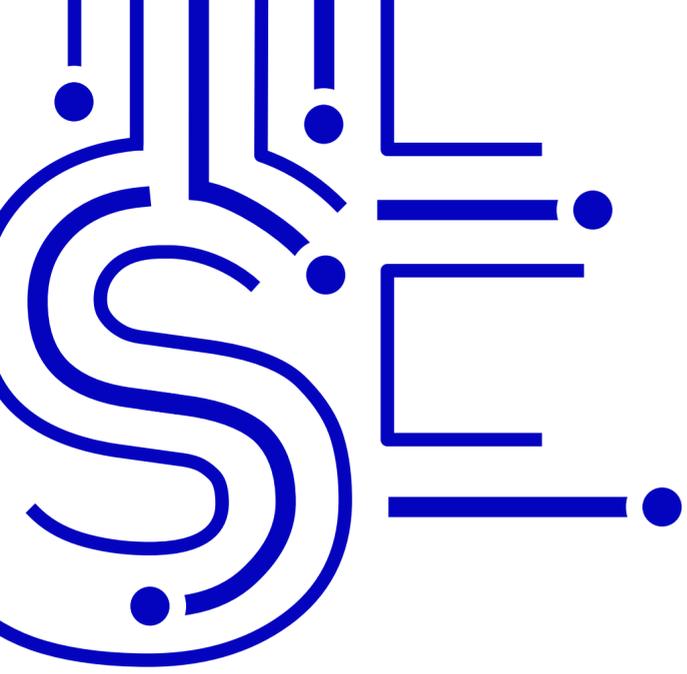
- **Le Marché du Rugby à Bordeaux a été conçu en partenariat avec l'Agence Alimentaire de Nouvelle Aquitaine.** A travers deux espaces de 100 m², des producteurs et artisans locaux ont pu faire déguster leurs produits : charcuterie, fromages, huîtres, légumes, pop-corn, glaces... avec 20 producteurs également présents.
- **Le Village bordelais s'est particulièrement appliqué à valoriser auprès des visiteurs français et étrangers la qualité et la diversité des produits et territoires de Nouvelle Aquitaine avec une offre de consommation responsable :** offre végétarienne, offre en circuit court, et produits de saison.



100% DE PRODUITS LOCAUX

Au sein du Village, l'offre de restauration s'est attachée à présenter 100% de produits locaux, de saison, tous issus de la région Nouvelle Aquitaine



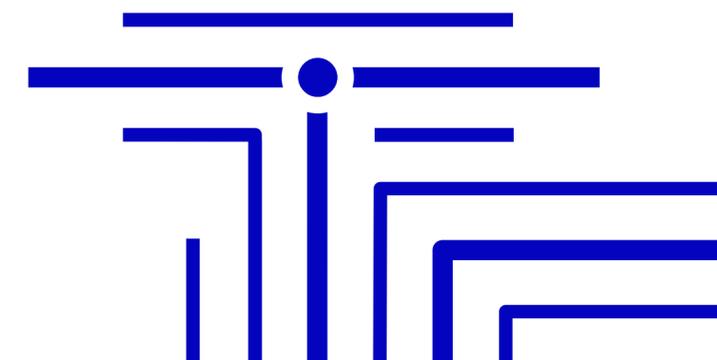


LES ANIMATIONS DU RUGBY D'ABORD

De nombreuses animations ont été organisées pour permettre la découverte du rugby, grâce à l'implication d'Ovale Citoyen et de la ligue régionale de rugby de Nouvelle Aquitaine.

- **Des initiations au rugby** : samedis et dimanches après-midi (10 jours – du 9 septembre au 8 octobre 14h18h) : avec 3 animateurs sportifs
- **Des sessions d'apprentissage des règles** et différentes phases de jeux en 5x5.

- La **sensibilisation aux discriminations sociétales** (par Ovalé Citoyen) a été organisée en prenant le rugby comme support.
- Dans les communes voisines de Bordeaux, des **démonstrations** ont également été programmées.
- Des **animations autour de l'ovalie** ont été organisées avec des plateaux radio pour commenter les matchs avec des sportifs, arbitres et animateurs radio.
- Des **animations musicales** ont été proposées par des DJs, bandas, fanfares ainsi que des spectacles humoristiques et des blind tests.
- Des **animations ludiques** avec maquillages et tatouages éphémères et des jeux en bois ont été mis à disposition dans un esprit guinguette
- **Toutes les lignes de transport et de nombreuses stations ont été habillées aux couleurs de la RWC 2023**, marquant la forte mobilisation des communes de toute la métropole pour organisées des animations, des dégustations, et des retransmissions des matchs.



ENSEMBLE,
TOUT
SE JOUE



BORDEAUX
MÉTROPOLE HÔTE

[← Retour au sommaire des villes](#)

38

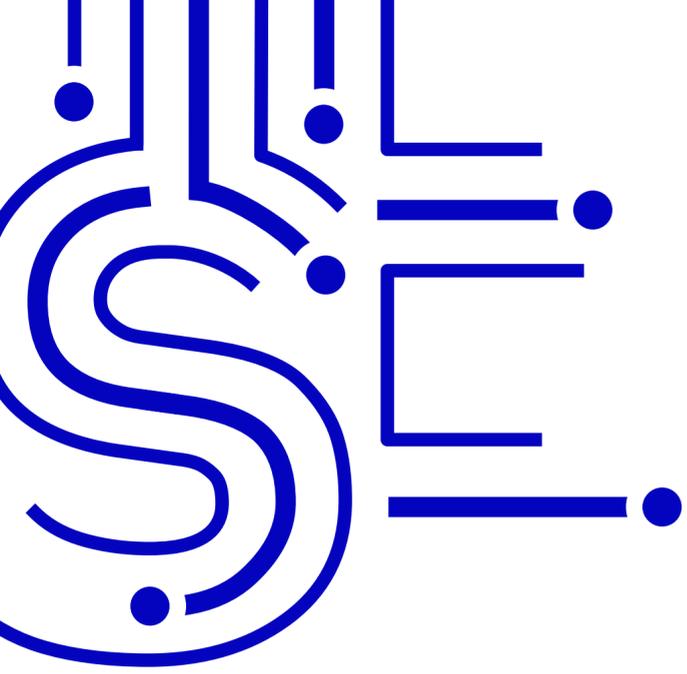


PARTENARIATS ET PROGRAMME DE RELATIONS PUBLIQUES

UN MIX ENTRE PARTENAIRES DE LA COMPÉTITION ET PARTENAIRES LOCAUX

- **3 stands de partenaires** : Legends, Cordier qui proposait ses produits, et SG avec ses animations du Rugby Studio : enregistrement de séquences et commentaires sportifs sur des actions mythiques de rugby.
- **Bordeaux n'a pas choisi d'organiser un espace VIP**, en privilégiant le jour de l'ouverture du Village, la présence de 40 personnalités locales, des institutionnels (préfet, députés, élus) et des personnalités du rugby.
- **3 partenaires locaux** : France Bleu Gironde (animations d'avant-matchs et bande son), l'AANA (Agence de l'alimentation de Nouvelle Aquitaine) exploitant du marché du rugby, Sud-Ouest (le relais presse du Village).

BRD MÉTROPOLE EUROPÉENNE DE LILLE



LE MOT DU PRÉSIDENT

Il y a plus de 6 ans, la Métropole Européenne de Lille candidait pour accueillir la Coupe du Monde de Rugby 2023. La joie d'avoir été choisie fut immense. Celle ressentie après ces jours intenses placés sous le signe de l'ovalie et de ses valeurs l'est tout autant.

Quelle fierté pour notre territoire. Quel bonheur d'avoir accueilli cet événement planétaire et le XV de France. Quelle satisfaction de voir ce pari gagné. Avec les 5 matchs de poules qui ont eu lieu dans notre beau stade Decathlon Arena - Pierre Mauroy, nous avons fait vibrer les 350 000 touristes venus dans la MEL pour vivre l'ambiance rugby. Les amoureux du ballon ovale ont afflué du monde entier. Uruguayens, Anglais, Chiliens, Ecossais, Samoans, Tongiens, Roumains et tant d'autres supporters venus des quatre coins du monde en ont profité pour apprécier l'authenticité de notre gastronomie et la chaleur humaine qui caractérise la métropole lilloise.

Ce succès collectif est celui de la MEL et de ses agents qui ont travaillé d'arrache-pied pour la bonne organisation et le bon déroulement de cet événement hors-normes. Tout le monde peut également se réjouir des retombées économiques phénoménales pour l'ensemble de notre territoire.

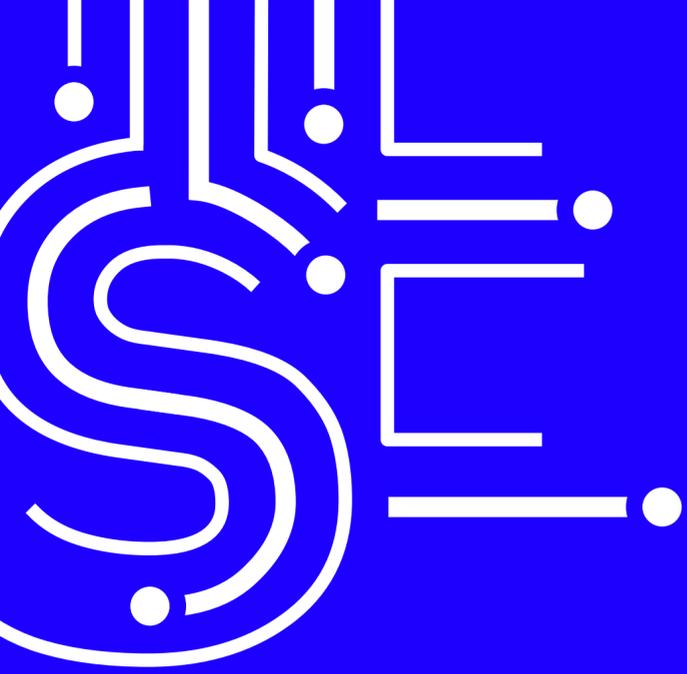
La formidable expérience d'accueil des grands événements est la marque de fabrique de la MEL. Elle le prouvera encore dans le cadre des Jeux olympiques de Paris 2024 et en 2025 pour le Grand Départ de la plus légendaire des courses cyclistes au monde : le Tour de France.

La MEL n'a pas fini de vibrer au rythme du sport et des grands moments de communion qu'il est capable d'offrir.



DAMIEN CASTELAIN
Président de la Métropole Européenne de Lille

“ **Les amoureux du ballon ovale ont afflué du monde entier** ”



[← Retour au sommaire des villes](#)

41





CHIFFRES=CLÉS



Place Général de Gaulle
et Place du Théâtre



9 jours
d'ouverture



350 000 touristes
accueillis dans la métropole pendant
la période de l'événement



5 matchs
accueillis

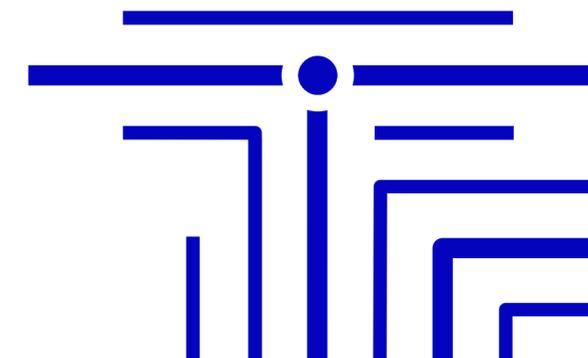
LILLE METROPOLE LOVES RUGBY

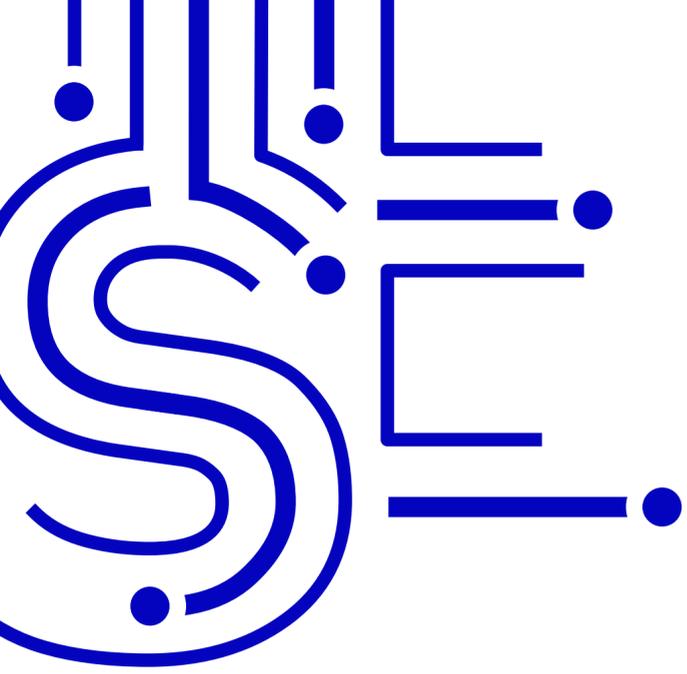
**LE VILLAGE OUVERT DE LILLE A ACCUEILLI LES VISITEURS
CHAQUE VEILLE DE MATCH ET LE JOUR-MÊME.**

- Aucune statistique de fréquentation n'a été enregistrée puisque le Village a été imaginé comme une zone totalement ouverte.

POINTS FORTS

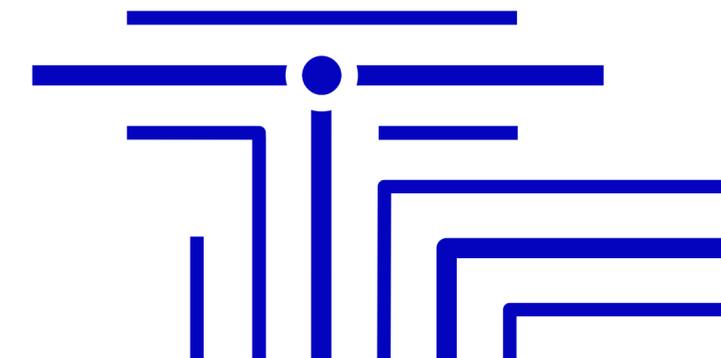
- UN VILLAGE OUVERT DANS LA VILLE, STRUCTURÉ AUTOUR DE 2 PLACES TRÈS FRÉQUENTÉES, CARREFOUR DE TOUS LES PUBLICS, ANIMÉ PAR UNE VARIÉTÉ DE STANDS DONT DES ACTIVITÉS AUTOUR DU RUGBY ORGANISÉES EN LIEN AVEC LA LIGUE HAUTS DE FRANCE DE RUGBY.
- UN STADE OFFRANT UNE EXPÉRIENCE AUGMENTÉE POUR LES SPECTATEURS, GRÂCE À DE NOMBREUSES ANIMATIONS IMPLANTÉES PRÈS DE L'ENCEINTE.





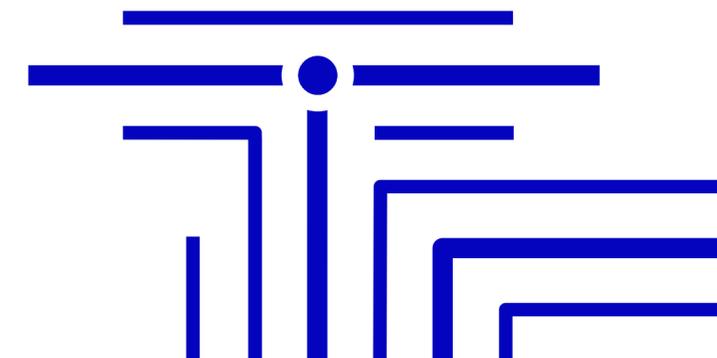
LA COMMUNICATION AU CŒUR DU PROJET

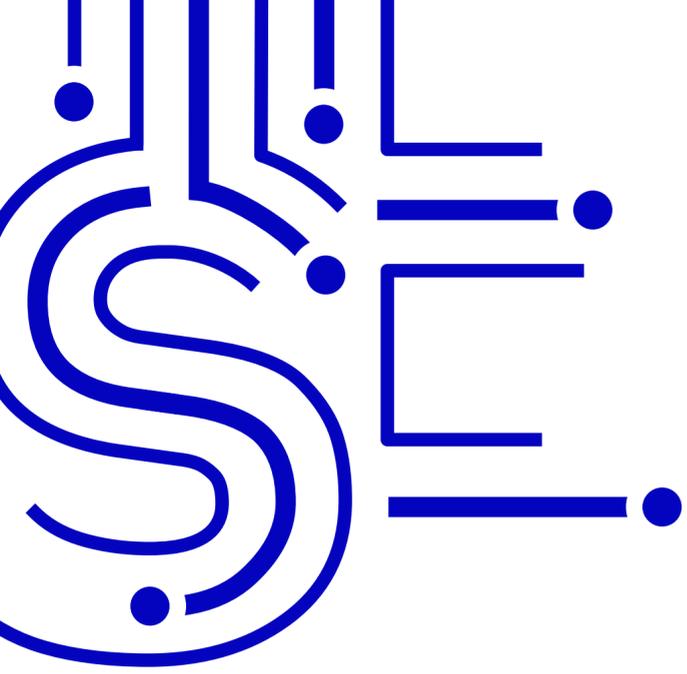
- La Métropole Européenne de Lille a mis en place **des kits de communication à l'attention des hôteliers et restaurateurs**, pour mieux proposer des parcours aux visiteurs et habiller entièrement la ville des couleurs de RWC 2023.
- De même les **95 communes du territoire ont reçu un kit de communication numérique et événementiel** pour animer et fédérer leurs habitants.
- Dans le même esprit, **la Métropole Européenne de Lille a été amplement pavoisée**, avec la façade de La Voix du Nord entièrement habillée (en partenariat avec le Conseil départemental), la façade de Lille Grand Palais habillée (en partenariat avec Hello Lille). 344 calicots ont été installés sur les grands axes de Lille et Villeneuve d'Asq et autour du stade Pierre-Mauroy (115 calicots).
- **Une campagne d'affichage a été déployée sur les 500 panneaux RIS** et ceux du département, dans les 2 gares principales et à l'aéroport de Lille-Lesquin
- Enfin **4 stations de métro ont été recouvertes** : 4 cantons, Cité scientifique, Les Prés et Lille Europe.



ÉQUIPEMENTS ET INSTALLATIONS SPORTIVES

- **1 grand terrain de rugby** en pelouse synthétique et structure gonflable
- **5 animations gonflables** tournées vers le rugby
- **La boutique officielle RWC 2023** a été placée près du stade plutôt que dans le Village.
- **Les animations ont été pensées pour accueillir les enfants**, et ainsi 1 500 enfants des groupes scolaires ont été accueillis sur le Village
- **Le Trophée Webb Ellis** a pu être admiré 2 journées : 14 septembre et 8 octobre.





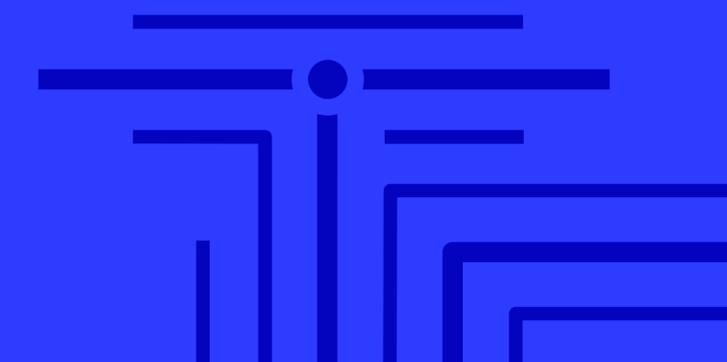
UN PROGRAMME DE VOLONTAIRES PARTICULIÈREMENT DÉVELOPPÉ

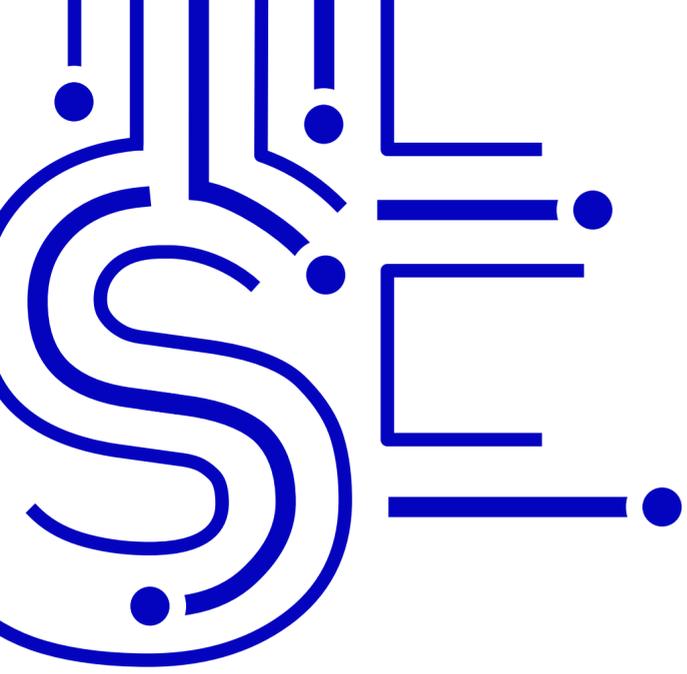
- **500 volontaires et 100 apprentis** impliqués dans l'organisation
- **120 volontaires de la Métropole** placés en centre-ville et dans les gares pour accueillir le public (un Welcome desk habillé aux couleurs RWC 2023). Ils ont aussi prêté main forte aux bénévoles de France 2023 pour accueillir les spectateurs et renforcer l'expérience autour des animations proposées par la MEL sur le parvis du stade.
- **Un bâtiment dédié aux bénévoles**, situé face au stade, avec une salle aménagée pour se reposer, préparer les journées, mais aussi travailler la cohésion d'équipe par des moments conviviaux (matches improvisés de baby-foot, karaoke...). Les bénévoles de la MEL étaient accueillis à Biotope le siège de la MEL.



DÉVELOPPEMENT DURABLE

- Location de toutes les structures
- Habillage = upcycling des drapeaux et kakémonos, et certains laissés comme héritage aux clubs
- Animations « vivantes » avec des artistes locaux, portant des tenues MEL réutilisables
- Photos sur le podium pris en mode selfies (pas de photobooth avec support papier)





LES ANIMATIONS

DEUX TYPES D'ANIMATION ONT ÉTÉ FAVORISÉS

→ LES ANIMATIONS AUX ABORDS DU STADE

Le Stand "Drop Stage MEL" était une scène avec tour DJ sur laquelle étaient posés un ballon géant et des poteaux de rugby. Le stand ouvert 4 heures avant et 1 heure après match a permis d'alterner des temps photos devant le ballon pour les spectateurs et de shows : fanfare (orchestre international du Vetex), percussions brésiliennes, Hard track (haka chorégraphié et hakas participatifs).

→ LES ANIMATIONS DANS LES VILLES DE LA MÉTROPOLE

A Lille sur les 2 places, 5 ateliers sportifs ont été organisés autour de la pratique du rugby par demi-journée ou journée. Ces animations ont été portées par la Ligue régionale de rugby



CÔTÉ MOBILITÉ

- Les visiteurs ont été fortement incités à prendre les transports en commun avec 2 lignes de métro menant au stade en moins de 30mn depuis le centre-ville de Lille.
- Incitation par une communication spécifique auprès des possesseurs de billets via les newsletters France 2023



AFFLUENCES AU STADE PIERRE MAUROY



Jeudi 14 septembre —
FRANCE / URUGUAY
48 821



Samedi 23 septembre —
ANGLETERRE / CHILI
44 315



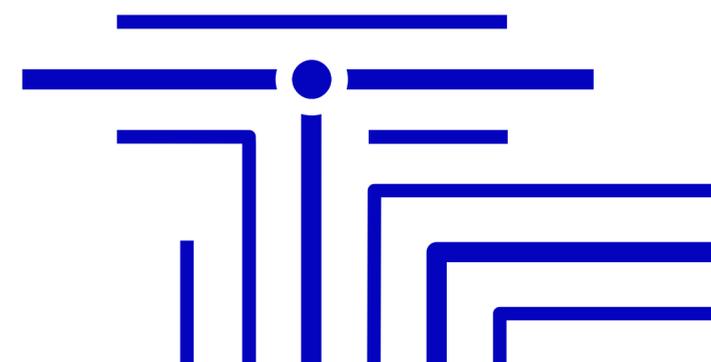
Samedi 30 septembre —
ECOSSE / ROUMANIE
46 516



Samedi 7 octobre —
ANGLETERRE / FIDJI
47 891



Dimanche 8 octobre —
TONGA / ROUMANIE
45 042



PARTENARIAT AVEC RMC

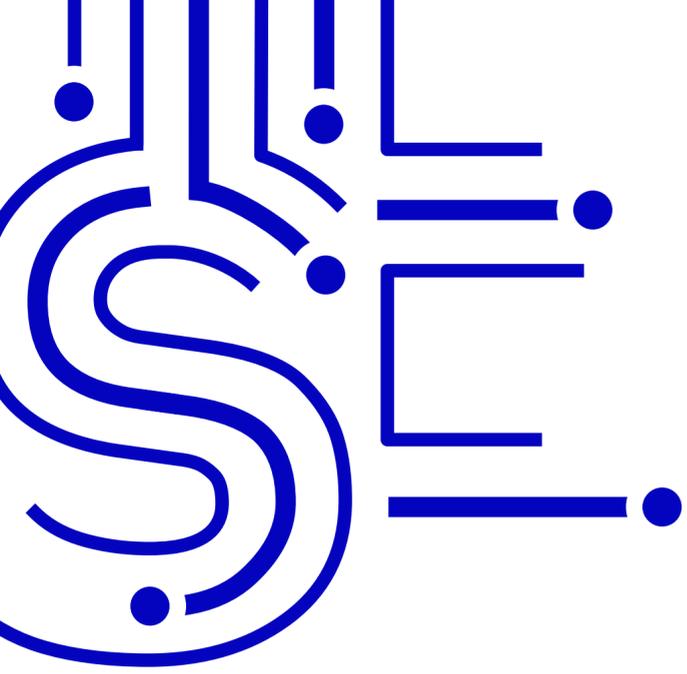
- **Le 14 septembre, le Moscato Show a été sponsorisé à la guinguette de la Marine à Lille, avec en plateau, Vincent Moscato et de son équipe, et comme invitée Alexandra Perthus, ancienne internationale de rugby à XV, ancienne joueuse du LMRCV et coach actuelle du Stade Villeneuvois Lille Métropole.**

CE PARTENARIAT ENTRE LA MEL ET RMC A PERMIS D'ANNONCER L'ÉVÉNEMENT SUR BFM (168 PRÉSENCES AU TOTAL) ET SUR RMC (12 PRÉSENCES).



BRAM LYON





LE MOT DES ÉLUS

En tant que Président de la Métropole de Lyon et Maire de la Ville de Lyon, nous sommes très fiers et heureux de compter parmi les dix collectivités-hôtes de la Coupe du monde de rugby. L'évènement a connu un énorme succès sur notre territoire, pour l'ensemble des acteurs locaux et au bénéfice de nos habitants.

Nos compétences nous ont permis de faire de cet évènement un exemple en matière d'éco-responsabilité : que ce soit en matière de transports et de mobilité, de gestion des déchets et de nettoyage de l'espace public, de capacité d'accueil des touristes français et étrangers notamment sur le Village. La Métropole a également largement contribué à la compensation carbone de l'ensemble des émissions liées à la compétition sur son territoire.

La Métropole a, au travers d'un Appel à Manifestation d'Intérêt, mobilisé les communes volontaires dans des animations de proximité, pour promouvoir la pratique sportive sous toutes ses formes et pour toutes et tous, le développement durable et l'amour du sport. La Métropole a également apporté son soutien au tournoi national des quartiers via des associations locales.

Par ailleurs, la Ville de Lyon a accueilli le village Rugby place Bellecour en plus d'avoir la chance d'être Ville Camp de Base pour l'équipe de Nouvelle-Zélande. Ainsi, la Coupe du Monde a pu s'inscrire dans l'animation de ses politiques publiques, notamment éducatives, en réalisant un Livret Rugby ou en accueillant 5000 personnes à Gerland pour une matinée conviviale avec les All Blacks.

Cet évènement sportif, festif et familial a ainsi véhiculé des valeurs positives que nous faisons vivre au quotidien. Ce fut l'occasion de valoriser l'ensemble des clubs de nos territoires et appréhender les enjeux en termes de santé et de lutte contre la sédentarité. Ce fut aussi l'occasion de renforcer l'inclusivité grâce à un fort volume de places solidaires offert par la Métropole de Lyon et la Ville de Lyon, plus de 4500, attribuées aux structures avec lesquelles nous travaillons tout au long de l'année (les clubs sportifs, les seniors, les jeunes, les quartiers Politique de la Ville, les collèges, la protection de l'enfance, le secteur médico-social, etc...). Ces places solidaires leur ont notamment permis d'assister au magnifique match Uruguay-Namibie, certainement le plus disputé et qui a remporté un franc succès avec plus de 48.000 personnes dans le stade !

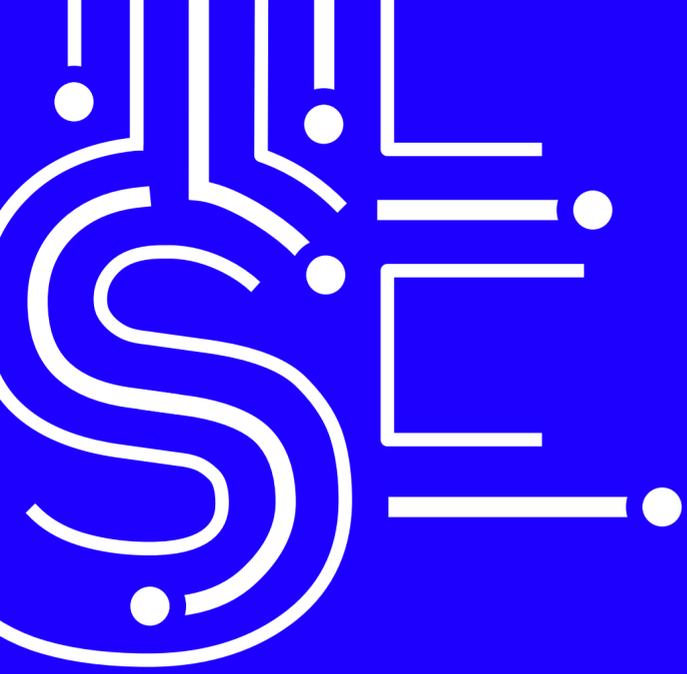
Nos collectivités sont heureuses d'avoir accueilli la Coupe du monde de rugby et d'avoir su réunir toutes les conditions pour faire de cet évènement une fête pour habitantes et habitants, et pour l'ensemble des touristes et supporters !



GRÉGORY DOUCET
Maire de Lyon



BRUNO BERNARD
Président de la Métropole de Lyon



[← Retour au sommaire des villes](#)

51

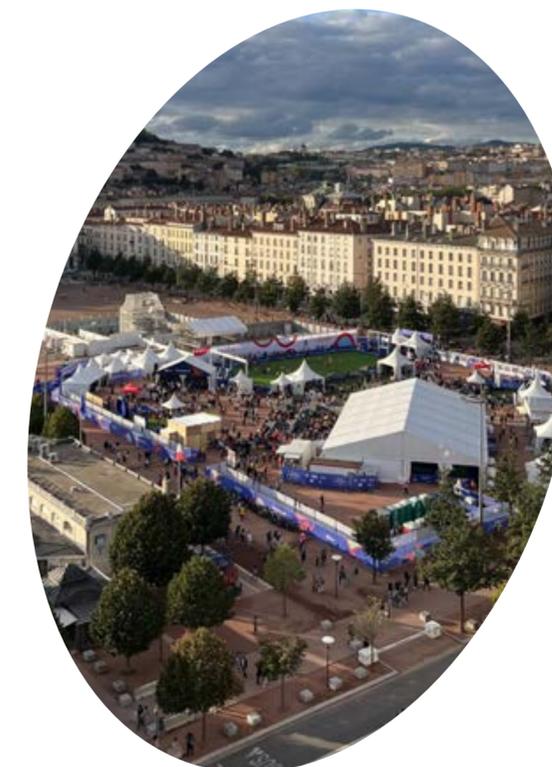




VIVONS L'EXPÉRIENCE ENSEMBLE

Le Village Rugby de Lyon : du sport, une programmation familiale, de la santé, de la joie et de la bonne humeur pour toutes et tous

- Durant 12 jours, sur un espace de 10 000m² en plein centre-ville, place Bellecour, le Village Rugby fut **un lieu de promenade et de découverte du rugby**, qui a attiré les supporters comme le grand public. Si il fut très adapté aux familles et aux enfants avec un espace d'initiation, de jeux et de démonstrations sportives, animé par les clubs et associations locales comme le COL et le Lou rugby.
- Il a également fait l'objet d'une programmation partenariale entre la Métropole et la Ville en choisissant d'associer des clubs de la métropole de Lyon et des associations variées. Ce partenariat s'est également matérialisé à travers un guide du supporter rédigé collectivement et qui a d'ailleurs permis aux supporters de profiter massivement des animations du Village et de l'ensemble des actions promues sur le territoire de la Métropole.
- L'ouverture du Village a en effet été calée sur les matchs programmés à Lyon entre le 23 septembre et le 8 octobre. Le Village n'a pas été imaginé comme un lieu de retransmission des matchs, la diffusion des matchs étant installée au Palais des sports de Gerland : 4 matchs retransmis, dont un quart de finale qui a réuni 6 000 personnes.



CHIFFRES=CLÉS



Place Bellecour



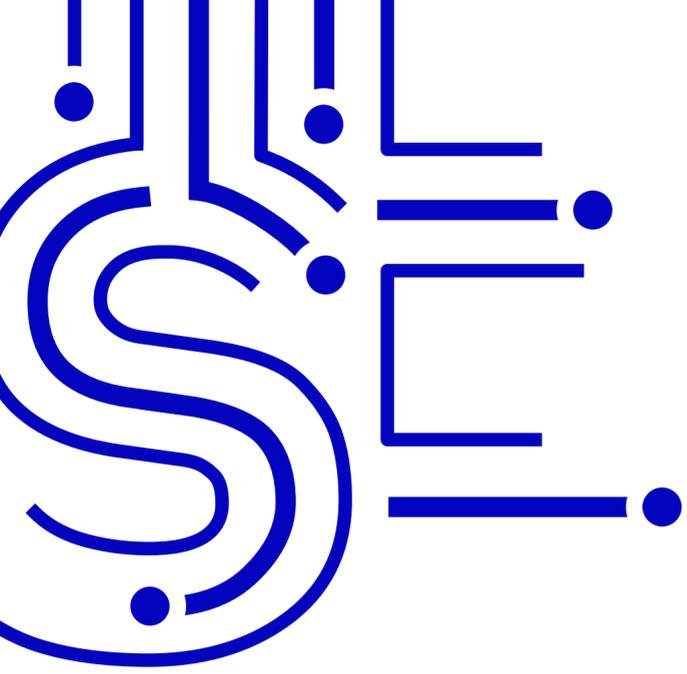
10 000 m²



145 140
personnes accueillies

POINTS FORTS

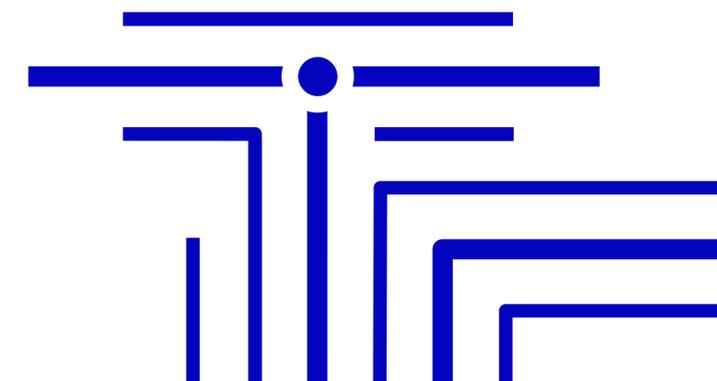
- UN VILLAGE DESTINÉ AUX FAMILLES COMME AUX FANS DE RUGBY
- UNE PROGRAMMATION VALORISANT LES ÉQUIPES ÉTRANGÈRES REÇUES À LYON



ÉQUIPEMENTS ET INSTALLATIONS SPORTIVES

LE VILLAGE DE 10 000 M² A INTÉGRÉ :

- **Un Espace rugby** en terrain synthétique de 800m², sur lequel toutes les initiations ont pu être proposées
- **Des animations gonflables** (gestes du rugby)
- **Un Espace ludique** (détente et culturel) : jeux, coloriage, bibliothèque
- **Une fresque participative**
- **Un Espace photo** pour marquer le plus bel essai
- **Un Marché du Rugby** faisant la part belle aux producteurs locaux (charcuterie, boulangerie, fromage, miel...)
- **Un Espace restauration** : produits locaux, menus en lien avec les nations présentes à Lyon
- **Un Espace stands** des associations et des commerçants en espace d'expositions des associations et des commerçants du label fabriqué à Lyon
- **Un Espace Bodega** lieu de détente utilisé par tous et particulièrement par les supporters avant les matchs
- **Une boutique officielle** Coupe du monde 2023, qui a rencontré un énorme succès
- **Un espace couvert Multi'Halle** de 550m² qui ont permis d'accueillir différentes activités dont le rugby fauteuil, des conférences, des expositions et le marché rugby
- **Des espaces partenaires RWC 2023** comme Orange et Société Générale



TRANSITION ÉCOLOGIQUE

UN VILLAGE RUGBY ÉCORESPONSABLE, QUI A ÉTÉ ORGANISÉ POUR LIMITER SON IMPACT SUR L'ENVIRONNEMENT, ET SENSIBILISER LES PUBLICS ACCUEILLIS.

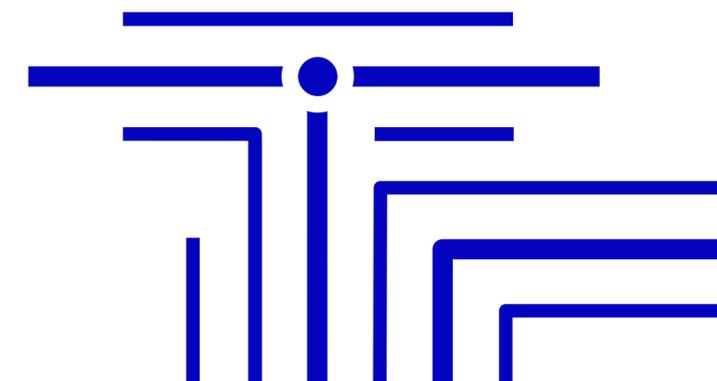
→ **Programme de sensibilisation :**

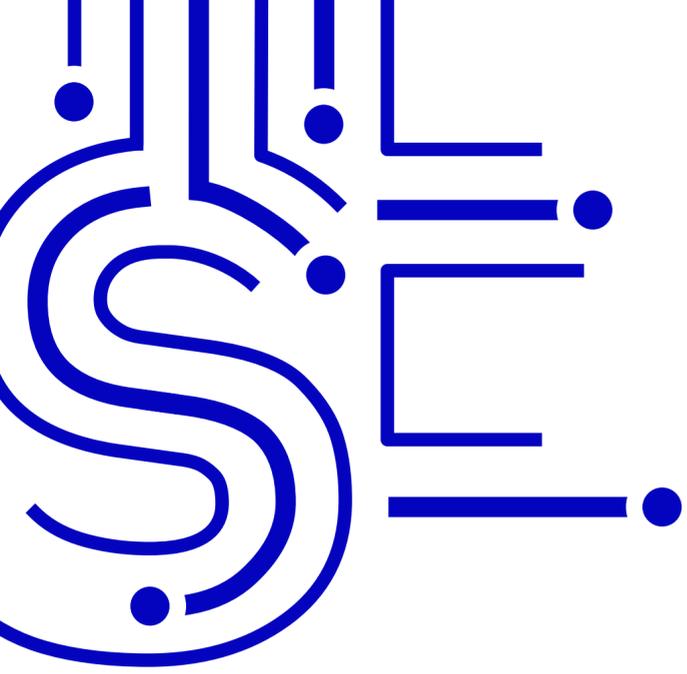
- 1 journée proposant une mini braderie recyclerie
- 1 partenariat avec ALCOME pour la sensibilisation à la pollution des mégots de cigarettes
- 1 partenariat avec l'association Aremacs, association spécialisée dans la concertation d'acteurs pour la gestion de l'impact environnemental des événements et manifestations, a conduit à une sensibilisation permanente sur le Village au tri sélectif et à l'adoption de bons gestes

→ Pour **limiter la consommation d'énergie**, le choix a été fait de ne pas installer de groupe électrogène

→ **Des rampes à eau** qui sont le matériel de la ville de Lyon installées sur la Village pour inciter à remplir gourdes et contenants

→ **Un bar à eau** a également été mis en place par la Régie de l'Eau du Grand Lyon de façon ponctuelle.





→ **Le Village a été implanté pour un accès centre-ville** en transports en commun, avec en complément le renforcement des vélos à disposition près du Village (parkings vélos supplémentaires)

→ **Achats responsables :**

- les tenues de l'équipe d'organisation ont été achetées en France, lavées et réutilisées
- les produits proposés sur le Marché rugby étaient tous respectueux de l'environnement, en intégrant les circuits courts, des matériaux biosourcés....
- utilisation du matériel sportif de la Ville de Lyon et des clubs,
- création du mobilier avec des matériaux de récupération (banque d'accueil, table basse, mange debout,...) ,
- réutilisation du terrain synthétique de rugby pour un équipement sportif (plaine des Jeux de Gerland)

→ **Tous les hôtes et hôtesse**s sont des personnes qui ont été spécifiquement embauchées pour l'évènement. Par contre, une attention particulière a été faite sur le recrutement d'hommes et femmes en nombre égalitaire.

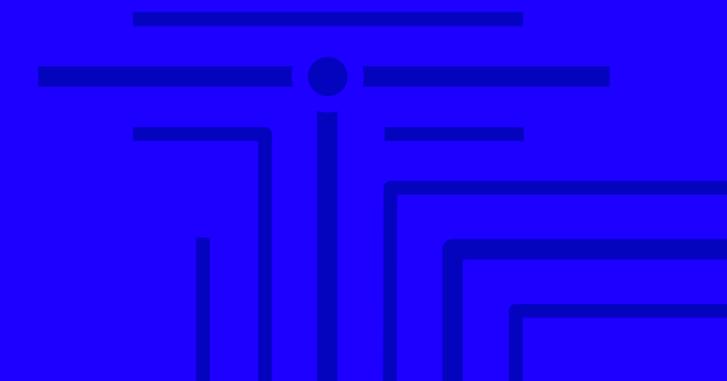


En complément, 3 conférences ont été organisées sur les enjeux sociétaux dans le sport, rassemblant à chaque fois une centaine d'inscrits autour :

De l'association le Colosse aux pieds d'argile : prévenir, identifier et signaler les violences sexistes et sexuelles dans mon club.

Des enjeux sociaux et environnementaux : les comprendre et les impulser dans mon club.

Comment rendre nos-tournois sportifs internationaux plus inclusifs et éco-responsables.





JAUGE DU VILLAGE
10 000



12 jours
d'ouverture



12 095
personnes/jour



58 000
places

FRÉQUENTATION

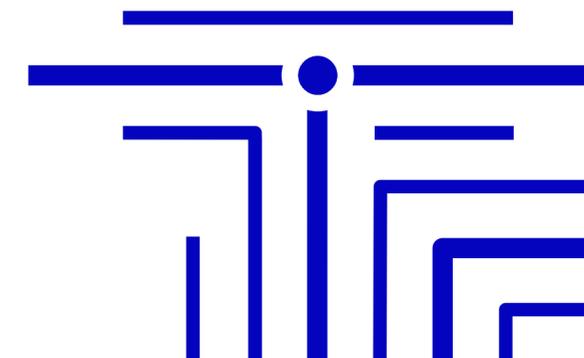
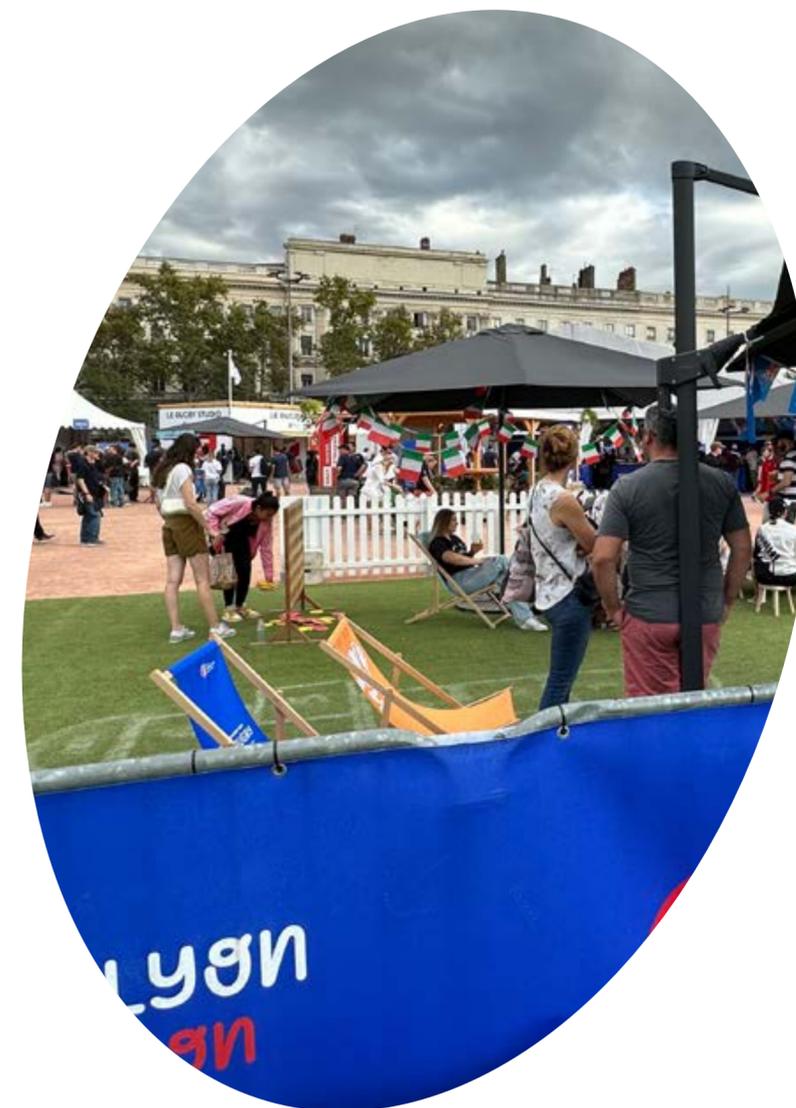
— ET PICS DE VISITEURS —

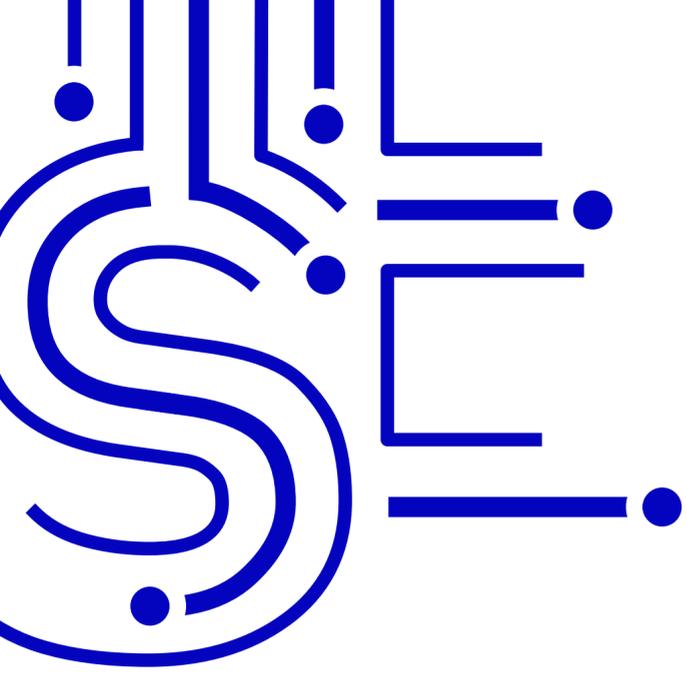


— CALENDRIER DES MATCHS —

5 MATCHS ORGANISÉS À LYON
principalement en soirée

Dimanche 24 septembre	21:00	C	Pays de Galles - Australie
Mercredi 27 septembre	17:45	A	Uruguay - Namibie
Vendredi 29 septembre	21:00	A	Nouvelle-Zélande - Italie
Jeudi 5 octobre	21:00	A	Nouvelle-Zélande - Uruguay
Vendredi 6 octobre	21:00	A	France - Italie

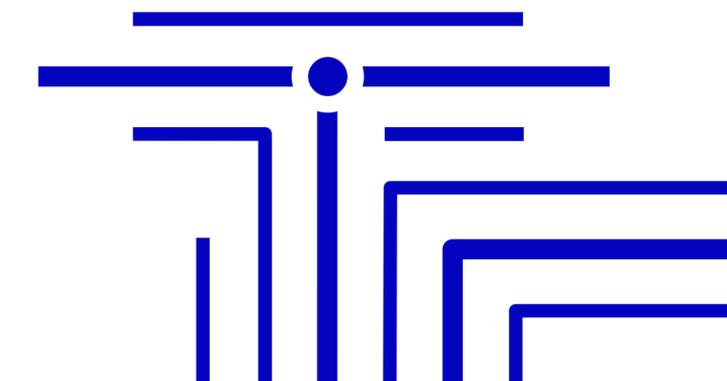
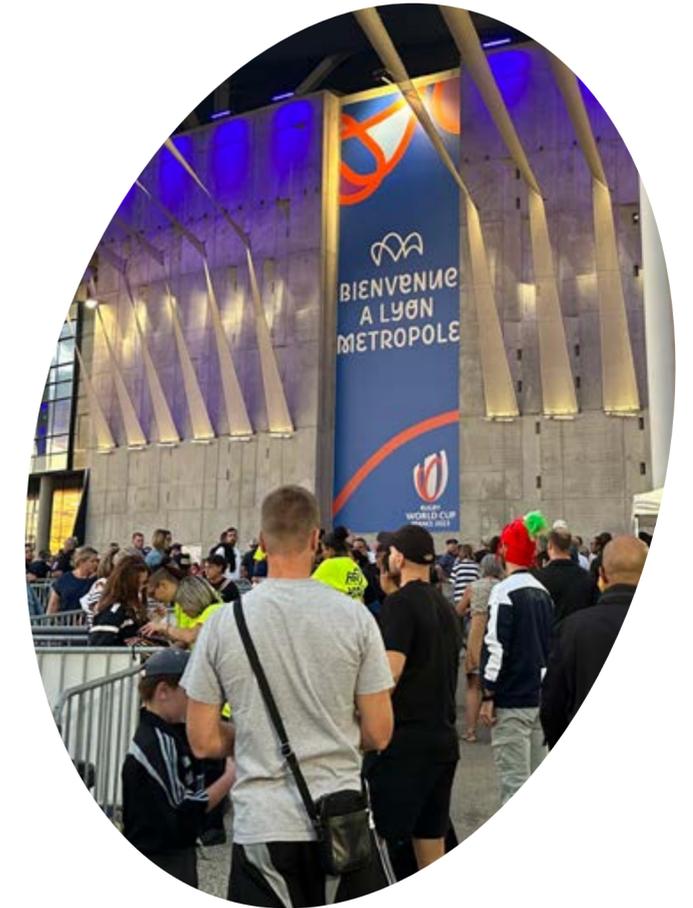




MOBILITÉ

UNE ORGANISATION DES TRANSPORTS ASSURANT UNE CONNEXION RENFORCÉE ENTRE LE VILLAGE ET LE STADE

- Des renforts de Velo'v et d'arceaux de stationnement ont été effectués aux abords du stade, du village rugby et du stade Gerland ainsi qu'un parking sécurisé pour les personnes qui ont choisi d'aller au stade à vélo.
- La position excentrée de l'OL stadium par rapport au Village Rugby au cœur du centre-ville n'a pas permis de mettre en place des dispositifs de mobilité douce ou d'utiliser un seul transport en commun depuis le Village.
- Un partenariat avec le SYTRAL et la présence de personnels permettant une orientation et une information efficace des supporters vers le stade tout en ajustant les horaires afin de fluidifier les arrivées sur le site de Décines.



LE MARCHÉ RUGBY

ICI C'EST LOCAL

- **Une Halle couverte de 550 m² a été disposée au sein du Village**, et a proposé une vaste boutique de produits locaux, sous label Fabriqué à Lyon ici c'est local, des souvenirs et des spécialités fabriqués à Lyon (gastronomie, bijoux, soie).
- **Pendant les 12 jours d'ouverture du Village**, la gastronomie lyonnaise a été mise à l'honneur auprès de tous les visiteurs.
- **Le Marché rugby a été ouvert les jours de matchs et chaque samedi**, autour de 5 producteurs locaux (charcuteries, pains, brioches, fromages).





LES ANIMATIONS

ACCESSIBLES À TOUTES ET TOUS ET À TOUT MOMENT

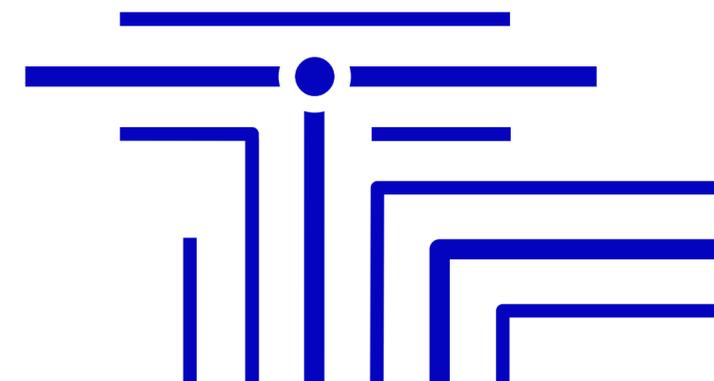
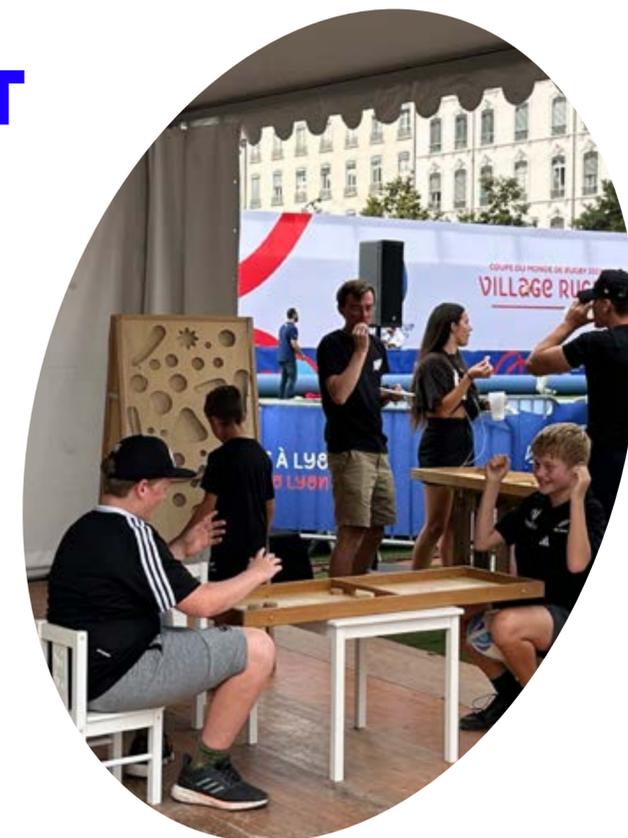
La remise d'un pass'sport sur le stand de la Ville de Lyon et Métropole de Lyon, formulaire à compléter à chaque passage sur une animation, a permis d'animer le programme de toutes les activités proposées.

Avec un lot à la clef pour tout pass'sport complet : 1 jeu de cartes découverte des équipes de la Coupe du monde.

Plusieurs thèmes ont été choisis

→ 1 - Animations autour du rugby, avec par exemple

- Initiation et découverte du rugby avec les associations sportives lyonnaises, sur le terrain synthétique
- Apprentissage des gestes du rugby par des animations gonflables : pénalité, essai, cibles, passe : utilisées par tous les visiteurs enfants et adultes
- Initiations au rugby fauteuil programmées chaque jour





→ 2 - Animations Santé

- Parcours santé avec une application dédiée : enform@Lyon
- Parcours à travers la ville diagnoform : sensibilisation à la santé avec la ligue d'athlétisme
- Réveils musculaires les week-ends
- Réalisation d'un bilan de santé avec la ligue Auvergne Rhône d'Alpes d'athlétisme

→ 3 - Démonstrations pour le public

- Entraînement rugby d'une équipe seniors
- Tournois des clubs locaux
- Tournois Challenge pour tous : MJC, centres sociaux, collèges
- Démonstration de rugby adapté
- Démonstration de l'équipe de rugby filles du Lycée Jacques Brel
- Et la mise à disposition du terrain en libre-service, accessible à tous hors des animations programmées.

→ 4 - Animations Tourisme rugby

- Sur le stand de la Ville de Lyon et de la Métropole de Lyon, un guide du supporter a été mis à disposition du grand public ainsi qu'une application en form@Lyon dédiée à la découverte de la Ville. Une bande dessinée bilingue sur Lyon, son histoire et son patrimoine était également proposée.
- En miroir, des animations en lien avec les pays présents ont été organisés : ateliers de pâtes, mosaïque, initiations au tango et tarantella, chœurs et danses galloises...



DANS LA MÉTROPOLE DE LYON

6 COMMUNES DE LA MÉTROPOLE GRAND LYON ONT ORGANISÉ DES FESTIVALS RUGBY.

Givors, Rillieux-la-Pape, Décines, Meyzieu, Vénissieux et Collonges au Mont d'Or ont proposé des animations variées :

Des tournois de rugby

■ Séance de cinéma

■ Retransmission de matchs

■ Guinguettes et animations festives

■ Spectacles chorégraphiques

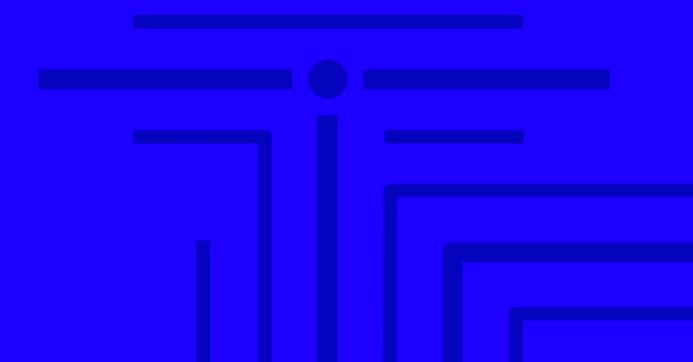
• **BILAN TRÈS POSITIF** : fréquentation, convivialité, utilisation des équipements, consommation.



PARTENARIATS ET PROGRAMME DE RELATIONS PUBLIQUES

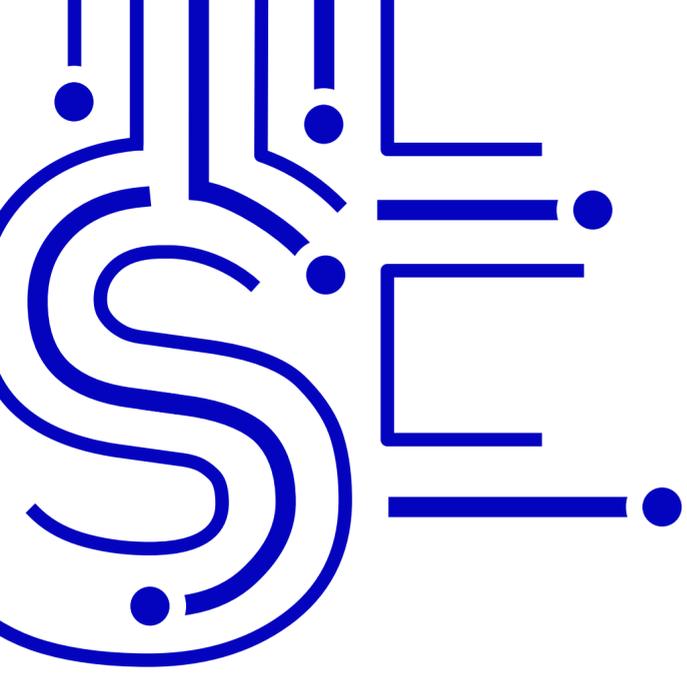
UNE AMBIANCE FESTIVE ET FAMILIALE, MÊLÉE AU VILLAGE

- Le Village de Lyon a réussi à réunir en son sein à la fois des partenaires RWC 2023 tels que SG, les partenaires de France 2023 tels qu'Orange et France Pare-Brise, et des partenaires locaux qui ont pu démultiplier les animations proposées : BFM, Gerflor et la radio locale Scoop, qui proposait par exemple de se mettre dans la peau d'un commentateur sportif en live.
- Il n'y avait pas d'espace VIP à proprement parler mais un espace aménagé, ouvert au public et à proximité du marché rugby qui permettait d'accueillir dans un lieu convivial et décontracté les éventuels VIP qui se rendaient sur le Village.



BRAWO

MARSEILLE



LE MOT DU MAIRE

MARSEILLE, TERRE DE SPORT !

Marseille, ville de passion au rythme de son stade sait tout aussi bien accueillir le foot que le rugby. Chaque rencontre de cette coupe du monde de Rugby, dans notre magnifique stade, a reçu la ferveur populaire que les Marseillais savent apporter. Pour la 2^e édition de la Coupe du Monde de Rugby se déroulant en France, Marseille a été hôte six matches dont deux quarts de finale. Des rencontres de haut niveau, avec un historique France-Namibie ou encore un palpitant Angleterre-Fidji.

Nous avons voulu en amont de la compétition un rayonnement du rugby auprès de nos habitants avec un village Rugby. Mais aussi, un programme d'animations itinérant dans toute la ville à destination des jeunes, des personnes en situation de handicap, des personnes isolées.

Nous avons voulu une fête, source d'émotions, de rencontres, de découvertes pour les Marseillais et les supporters de tous les pays. C'est pour cela que le village rugby installé dans le lieu emblématique du Vieux Port s'est voulu ouvert à toutes et à tous. Lieu essentiellement d'animations, nous avons laissé la part belle à tous nos commerçants pour accueillir et faire vivre le rugby dans toute la Ville.

Cette réussite est le fruit d'un engagement continu de nos équipes. Je tiens à exprimer ma reconnaissance envers tous ceux qui œuvrent dans l'ombre pour garantir le succès de ces grands événements internationaux.

Après la visite historique du Pape François et l'accueil de cette coupe du monde de Rugby, Marseille a su démontrer une nouvelle fois qu'elle a la capacité de relever les défis, de travailler collectivement et de faire d'un événement international un succès populaire.



BENOÎT PAYAN

Maire de Marseille

“ **Marseille, ville de passion au rythme de son stade sait tout aussi bien accueillir le foot que le rugby** ”



CHIFFRES=CLÉS



Vieux port – Quai de la Fraternité



2 700 m²



7 325
personnes/jour



146 505
personnes accueillies

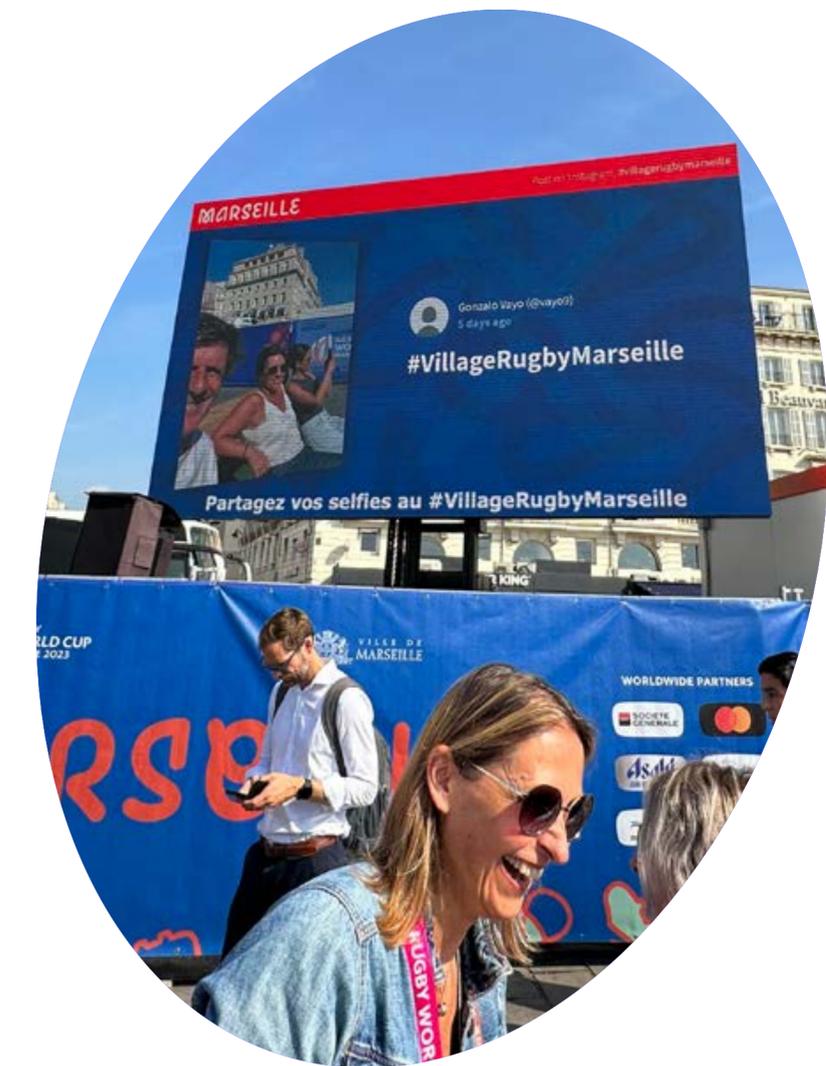


720 000€
Estimation coût global Village

UN ESPACE DE CONVIVIALITÉ ET DE PARTAGE

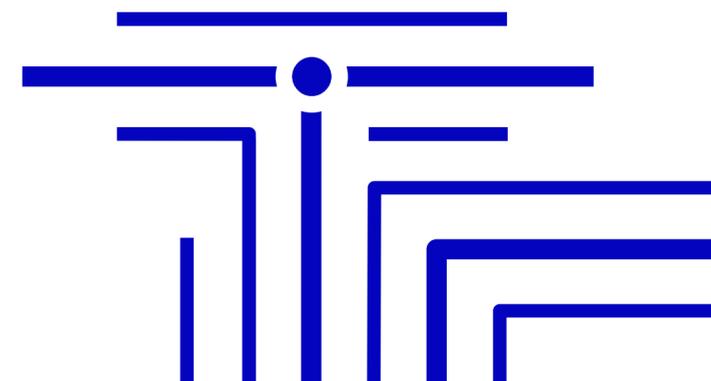
Le Village Rugby implanté sur le Vieux port – quai de la Fraternité, lieu habituel de promenade et de tourisme, a été ouvert à tous pour vivre une expérience inhabituelle dans cette ville de foot, autour de l'animation rugby et la retransmission des matchs en journée.

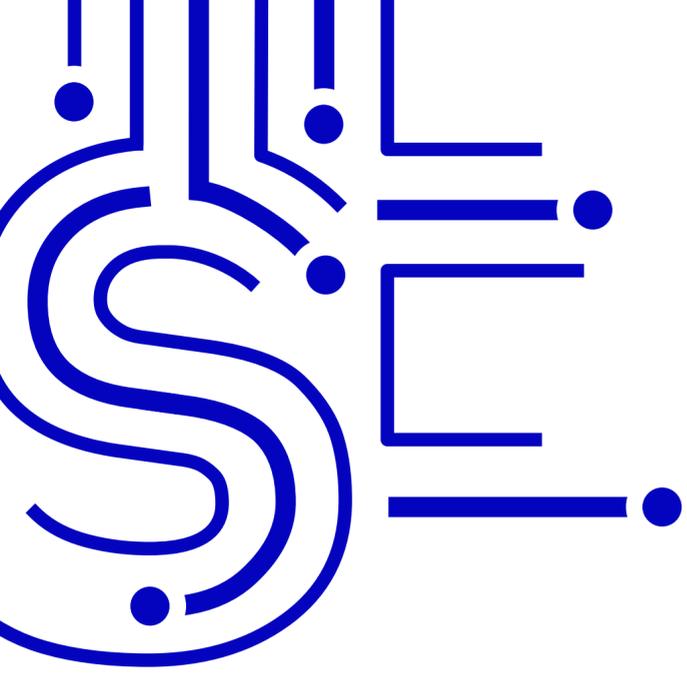
- L'accueil des scolaires et des centres de loisirs a été privilégié et organisé les mercredis et vendredis, sur des créneaux réservés.



POINTS FORTS

- UN VILLAGE QUI S'EST PLACÉ AU CŒUR DE LA VIE MARSEILLAISE
- L'OPTIMISATION D'UN ESPACE CONTRAINT POUR INTÉGRER TOUTES LES ACTIVITÉS PRÉVUES AU SEIN DU VILLAGE

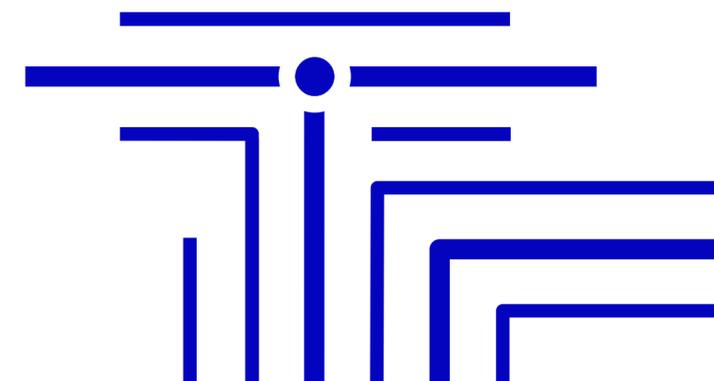
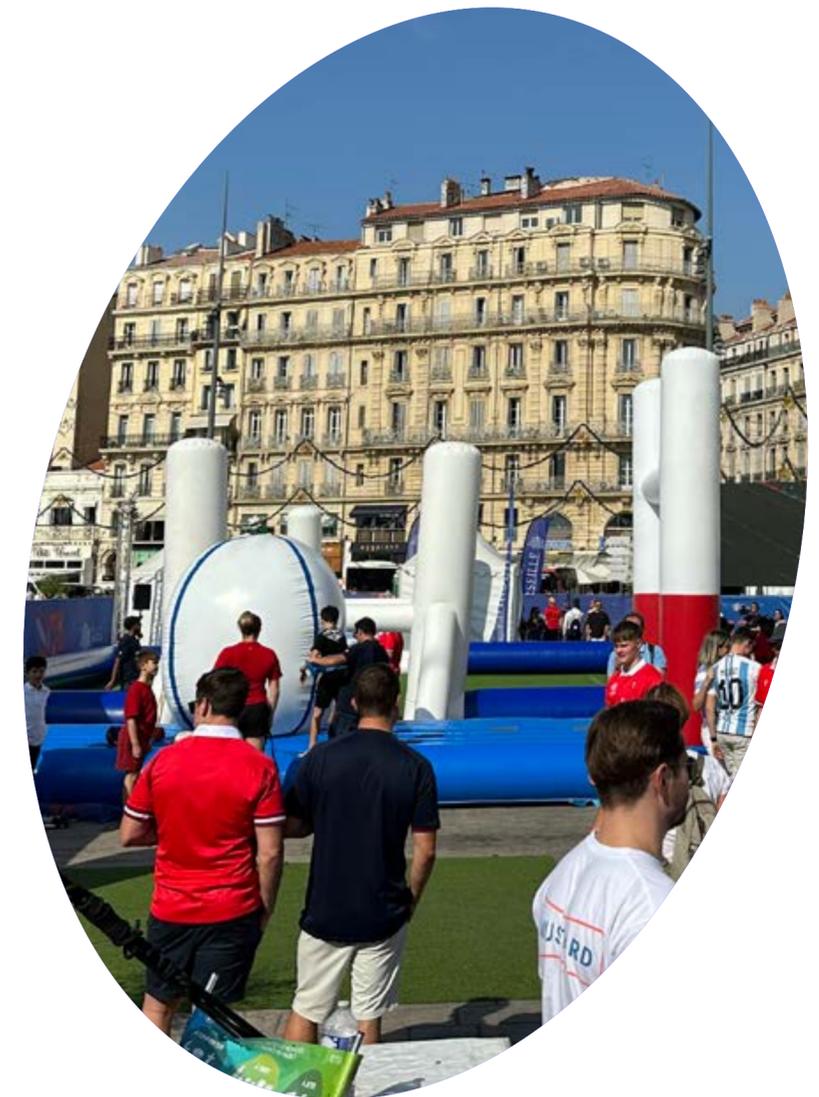


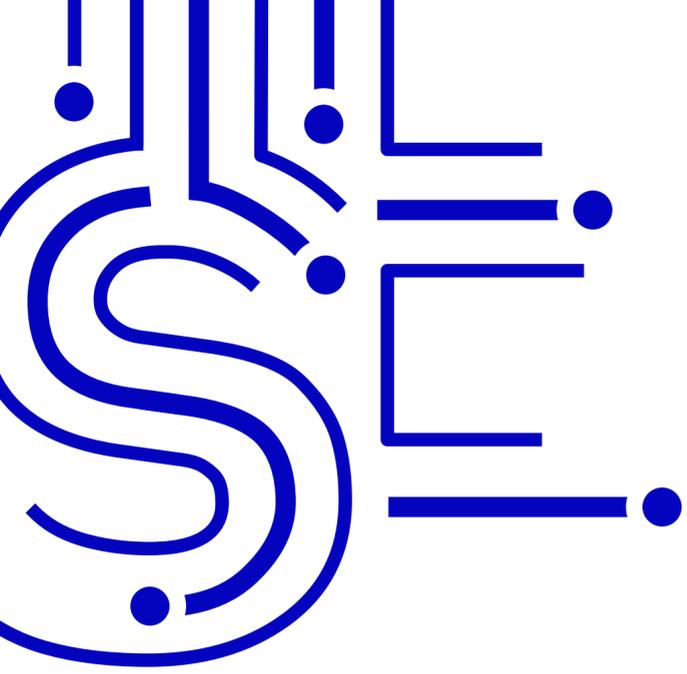


ÉQUIPEMENTS ET INSTALLATIONS SPORTIVES

3 ESPACES EN CONTINU : ANIMATIONS, RESTAURATION, ESPACE VIP

- **Pour les matchs**
 - 2 écrans de 14 m²
- **Pour le rugby**
 - 1 Terrain synthétique (Initiation rugby)
 - 1 Joug de rugby
 - 1 animation But et passes
 - 1 Equalizer
- **Pour le ludique**
 - 1 Stand photos
 - 1 Stand Maquillage
 - 1 Stand de réalité Virtuelle
- **Pour la sensibilisation des publics**
 - 1 Espace d'animation pédagogique
- **Pour les autres sports**
 - 1 Terrain de pétanque



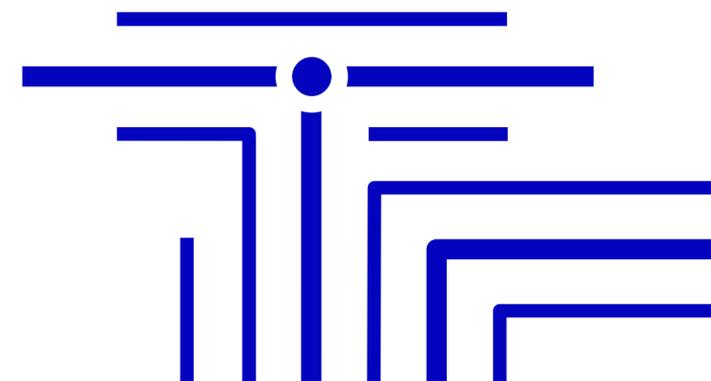


DÉVELOPPEMENT DURABLE

A MARSEILLE, DEUX OBJECTIFS : ZÉRO PLASTIQUE - RÉDUCTION ET TRI DES DÉCHETS

La mise en œuvre des objectifs s'est révélée efficace :

- Mise en place de **poubelles de Tri bi flux** dont la gestion a été confiée à l'association Aremacs
- Mise à disposition de **toilettes chimiques** sur le site
- Une **équipe de nettoyage dédiée** à la gestion des déchets
- La **récupération des bio déchets** sur les foodtruck, pour remise à l'association les Alchimistes
- Un **point d'eau** pour le remplissage des gourdes des visiteurs
- Le **respect de la loi Elagim** par les espaces foodtruck et buvette : approvisionnement en circuits courts
- Le **refus d'installer des groupes électrogènes**, en fonctionnant sur le réseau EDF





JAUGE DU VILLAGE
1 500



20 jours
d'ouverture



7 325
personnes/jour



146 505
personnes accueillies



10 matchs
retransmis

FRÉQUENTATION

— ET PICS DE VISITEURS



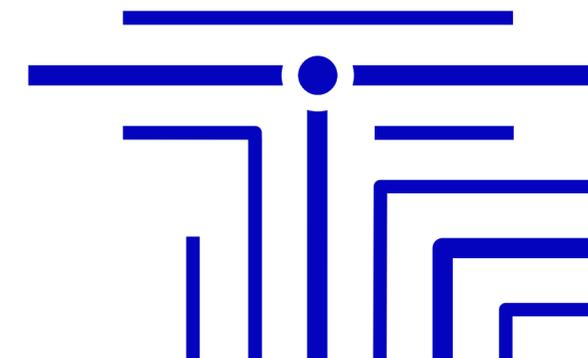
— CALENDRIER DES MATCHS —



6 MATCHS ORGANISÉS À MARSEILLE

en fin d'après-midi et soirée

Samedi 9 septembre	21:00	D	Angleterre - Argentine
Dimanche 10 septembre	17:45	B	Afrique du Sud - Écosse
Jeudi 21 septembre	21:00	A	France - Namibie
Dimanche 1 ^{er} octobre	21:00	B	Afrique du Sud - Tonga
Samedi 14 octobre	17:00	QF1	Pays de Galles - Argentine
Dimanche 15 octobre	17:00	QF3	Angleterre - Fidji



LES ANIMATIONS

TOUS LES MATCHS ENTRE LE 27 SEPTEMBRE ET LE 15 OCTOBRE ONT ÉTÉ RETRANSMIS

Pour les Marseillais, le Village a privilégié les animations à l'attention des plus jeunes :

- **1 stand de maquillage**, pour porter les couleurs des équipes soutenues
- **Des jeux interactifs avec Wissl Média**

Pour découvrir ou s'amuser autour du rugby, plusieurs animations ont été proposées :

- **1 Cible But gonflable**
- **1 Tir But gonflable**
- **1 Equalizer gonflable** pour marquer un essai
- **Un dispositif de réalité virtuelle** pour tirer une pénalité
- **1 espace pétanque** avec des boules en forme de ballon de rugby
- **Le Joug Totalenergies**, matériel d'entraînement permettant aux joueurs de travailler la phase de mêlée, qui permet de s'évaluer à des joueurs professionnels
- **1 studio de commentateurs sportifs** proposé par la SG.



CLUB DE RUGBY
DE MARSEILLE

**TOUTES LES INITIATIONS
AU RUGBY ET LES ANIMATIONS
SPORTIVES LUDIQUES ONT ÉTÉ
ANIMÉES PAR LE CLUB DE RUGBY
DE MARSEILLE.**



PARTENARIATS ET PROGRAMME DE RELATIONS PUBLIQUES

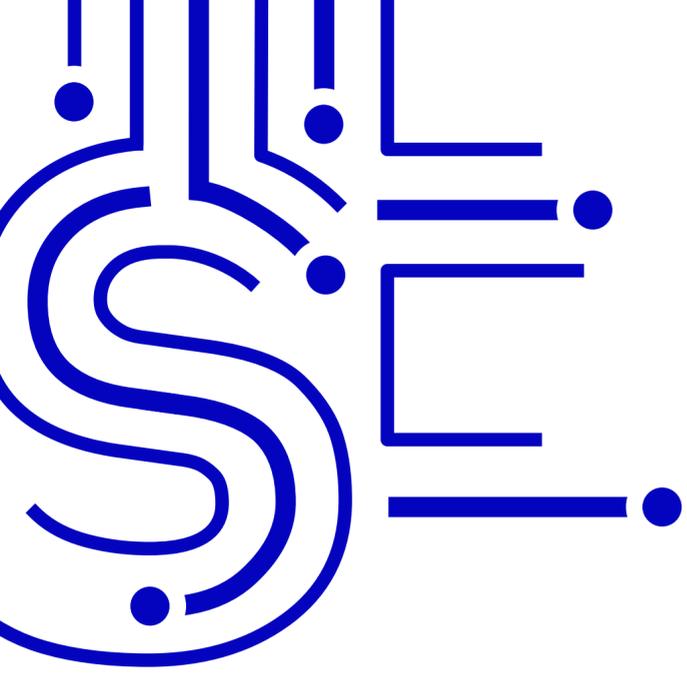
PRÉSENCE DES PARTENAIRES DE FRANCE 2023 ET LEURS ANIMATIONS

- **SG** a présenté son animation Rugby Studio
- **Totalenergies** a mis à disposition son Joug des énergies, permettant aux visiteurs de mesurer leur force de poussée et de s'évaluer avec les scores des joueurs professionnels
- **Andros** a mis à disposition un terrain de pétanque avec l'originalité de boules ovales.
- La journée du 21 septembre a été dédiée à la **réception d'officiels, de personnalités, d'élus et représentants d'entreprises et associations locales.**
- **Au centre du Village, un concours de photos, organisé par l'Unesco, a été exposé.** Célébrons nos différences, challenge autour du rugby pour valoriser les photos promouvant avec sens les différences



BRANNO NANTES





LE MOT DU MAIRE

A NANTES, LE SPORT EST UNE FÊTE

Nantes est la ville du sport et de la passion ! Nantes aime les sportives et les sportifs ! Ici, toutes les disciplines ont leur place. Ici, le sport de haut niveau est bien vivant, avec nos 6 clubs de football, volley, handball et basket, tant féminins que masculins, qui nous font vibrer à chaque match et chaque saison. C'est cette passion pour le sport qui nous a valu l'honneur d'accueillir cette 10ème édition de la Coupe du Monde de Rugby France 2023. Le 19 août dernier, le XV de France a ouvert le bal avec un match de préparation contre les Fidji à la Beaujoire, avant 4 matchs de la Coupe du Monde de Rugby France 2023 où se sont affrontées de grandes équipes. Cette édition a été couronnée de succès, attirant 140 000 supporters du monde entier pour les matchs qui se sont joués à guichets fermés.

Nous avons tenu à faire de cette compétition une véritable fête, source d'émotions et de joies partagées. C'est pourquoi nous avons installé un village rugby au cœur de la ville, sur l'île de Nantes. Gratuit, ouvert à toutes et tous, il a rassemblé plus de 6 000 personnes dès le match d'ouverture entre la France et la Nouvelle-Zélande. Tout au long de son ouverture, de nombreuses animations, des activités culturelles et sportives autour du rugby ont été proposées. Ce lieu de convivialité a été pensé pour être accessible et permettre ainsi à chacune et chacun de vivre pleinement cette grande fête populaire qu'est la coupe du monde.

Les festivités se sont étendues à travers toute la métropole, rassemblant habitants, associations, clubs et supporters venus du monde entier. La fête nantaise a hissé très haut les couleurs des pays des villes jumelées : Niigata au Japon, Tbilissi en Géorgie et Cardiff du Pays de Galles.

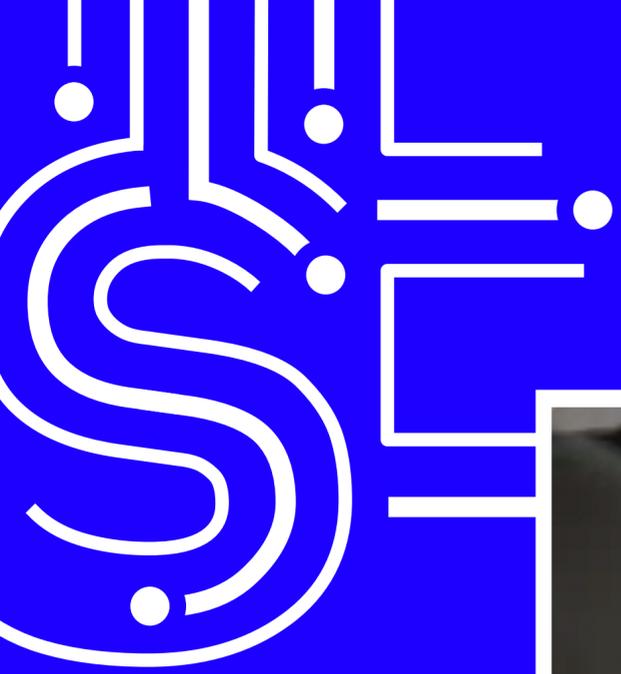
Notre ville se tourne désormais vers les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024. Nous sommes impatients d'accueillir les 8 matchs de football des tournois olympiques masculins et féminins qui se tiendront à la Beaujoire, l'été prochain. Une nouvelle occasion pour les Nantaises et les Nantais de fêter ensemble la compétition et de vibrer avec les athlètes !



JOHANNA ROLLAND

Maire de Nantes et Présidente de Nantes Métropole

“ Ce lieu de convivialité a été pensé pour être accessible et permettre ainsi à chacune et chacun de vivre pleinement cette grande fête populaire ”





CHIFFRES-CLÉS



Parc des Chantiers



7 000 m²



4 004
personnes/jour



48 045
personnes accueillies



1,1 M€
Estimation coût global Village

12 JOURS D'OUVERTURE AU COEUR DE LA VILLE

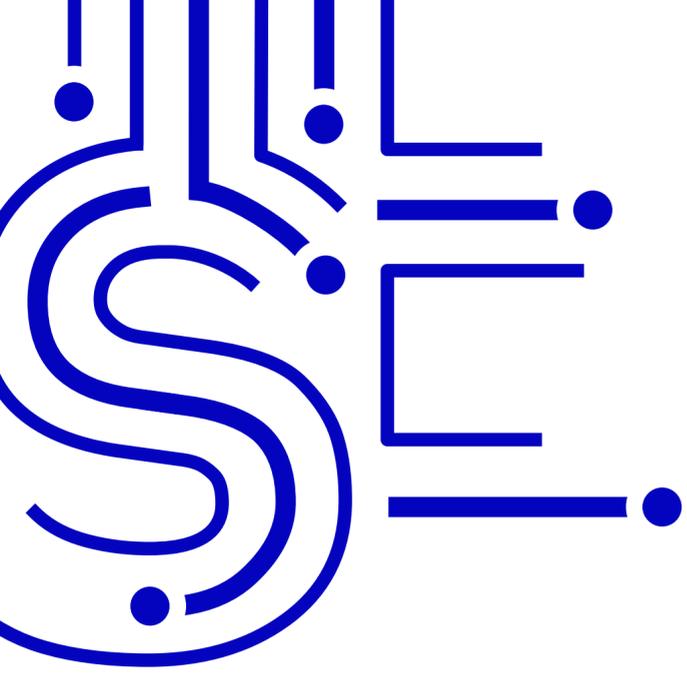
Le Village de 7 000 m² était situé Parc des chantiers sur l'île de Nantes, lieu emblématique de promenade pour les Nantais, accessible à pied depuis le centre-ville.

- Le Village Rugby à Nantes fut à la fois **une grande fan zone les jours de retransmission des matchs** sur écran géant **et un pôle d'animations et de découvertes**, ouvert à tous sur les sites emblématiques de l'île.
- **12 jours de fête ont été structurés en thèmes** pour que toutes les facettes d'une coupe du monde soient couvertes : le sport et le handisport, l'inclusion, l'international et l'accueil des supporters étrangers, l'impact environnemental et l'esprit de la fête et du jeu.
- **5 500 spectateurs** étaient présents **pour le match d'ouverture** dans le village.



POINTS FORTS

- MIXITÉ, DIVERSITÉ, OUVERTURE VERS LES PAYS HÔTES
- TRANSPORTS EN COMMUN RENFORCÉS ET GRATUITS LES WEEK-END D'OUVERTURE DU VILLAGE



ÉQUIPEMENTS ET INSTALLATIONS SPORTIVES

LES ÉQUIPEMENTS ONT RÉPONDU AUX OBJECTIFS FAN ZONE ET CONVIVIALITÉ-DÉTENTE, AVEC :

- **1 écran géant** de 60 m² et une scène pour les concerts et shows.
- **1 espace restauration** avec 9 food trucks et 3 stands buvettes
- **1 espace ludique** avec des animations gonflables : rugby fléchettes (pieds ou main), tirs ciblés, jeux.
- **1 espace photos**, maquillage, tatouage éphémère aux couleurs du rugby.

UN VILLAGE ECO-RESPONSABLE ET SOLIDAIRE

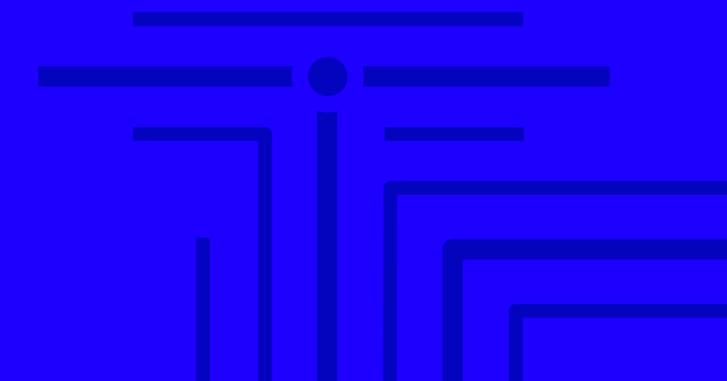
- **Les trois volets énergie, eau, déchets ont été pris en compte.**

Des dispositifs de tri sélectif ont été mis en place pour les prestataires présents sur le Village et pour le public. En prolongement, « TRI AGAIN » une animation ludique du lancer de ballons dans les poubelles de tri a permis d'accroître la sensibilisation des publics, en mêlant le rugby aux bons gestes du quotidien.

- **Des fontaines à eau ont été installées au cœur du Village**

- **Un week-end thématique Développement durable s'est déroulé les 30 septembre et 1^{er} octobre.**

- **Le Village a également été conçu pour accueillir les personnes en situation de handicap dans les meilleures conditions possibles** : couloirs d'accès et espaces de circulation adaptés, signalétique et audiodescription pour les déficients visuels.





JAUGE DU VILLAGE
7 000



12 jours
d'ouverture



4 004
personnes/jour



48 045
personnes accueillies



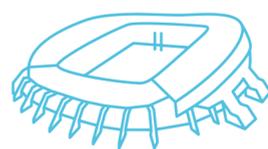
22 matchs
retransmis

FRÉQUENTATION

— ET PICS DE VISITEURS

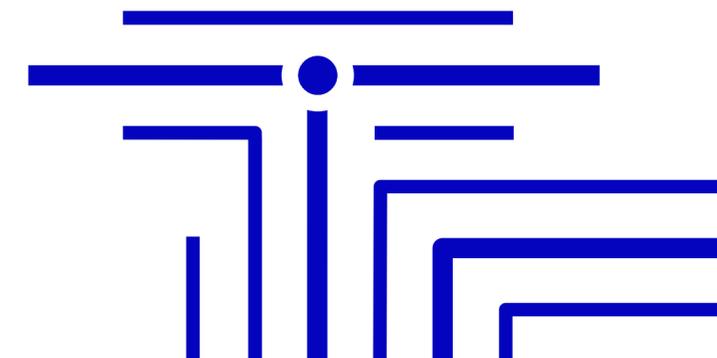


— CALENDRIER DES MATCHS —



4 MATCHS ORGANISÉS À NANTES
principalement en début d'après-midi

Samedi 16 septembre	21:00	B	Irlande - Tonga
Samedi 30 septembre	15:00	D	Argentine - Chili
Samedi 7 octobre	15:00	C	Pays de Galles - Géorgie
Dimanche 8 octobre	13:00	D	Japon - Argentine

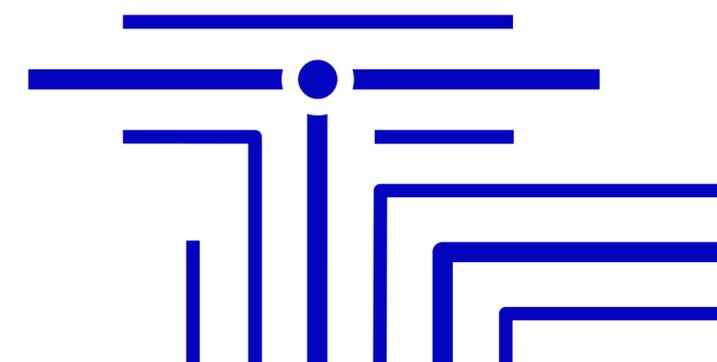


MOBILITÉ

UNE CENTRALITÉ UTILE À TOUS

**SITUÉ À 20 MINUTES À PIED DE LA GARE,
LE VILLAGE ÉTAIT IMPLANTÉ EN PLEIN CŒUR
DE NANTES.**

- **Il a bénéficié d'une zone** déjà fréquentée par les familles, et d'un réseau de transports en commun bien fourni.
- **Le transfert vers le Stade** pouvait s'effectuer en tram (ligne 1) et en bus grâce à 3 lignes reliant le centre-ville au stade.
- **Un service de transport Proxitan depuis le Village Rugby** vers le domicile des personnes en situation de handicap a été mis en place les 8 et 16 septembre en soirée.
- **Des racks à vélos** provisoires ont été installés en grand nombre





LE MARCHÉ RUGBY

VALORISER LA CULTURE LOCALE

- **Un marché des producteurs locaux situé à l'extérieur du Village** (proche de la sortie) a présenté une grande variété de produits.
- **Pendant 4 jours (2 samedis et un weekend), de 11h à 17h ont été organisées des dégustations et la vente de produits régionaux terre et mer :** glaces, vins, fromages, tartinades, rillettes...

==
4 JOURS
D'OUVERTURE

LES ANIMATIONS

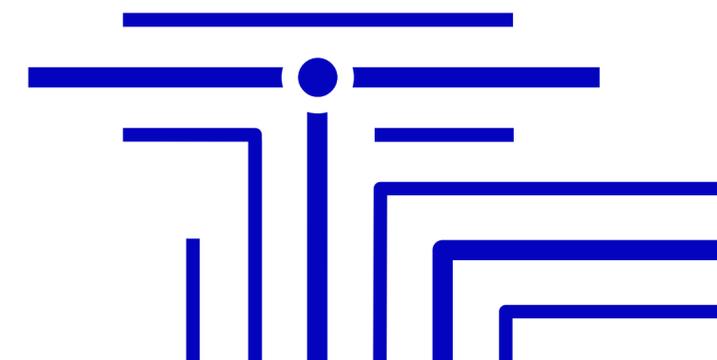
DÉMARRANT EN VILLE, FÉDÉRANT LES SPECTATEURS TOUT AU LONG DU PARCOURS, DES ANIMATIONS QUI SE TERMINENT AU VILLAGE

Les animations proposées sur le Village ont été structurées autour de journées thématiques de sensibilisation :

- **Exercice physique** (8 au 10 septembre)
- **Handisport** (16 et 17 septembre),
- **Développement durable** (30 septembre et 1er octobre),
- **L'international** (7 et 8 octobre)

Trois dimensions fortes ont été choisies pour les animations :

- **Les découvertes sportives**
- **La culture locale**
- **Les animations festives**



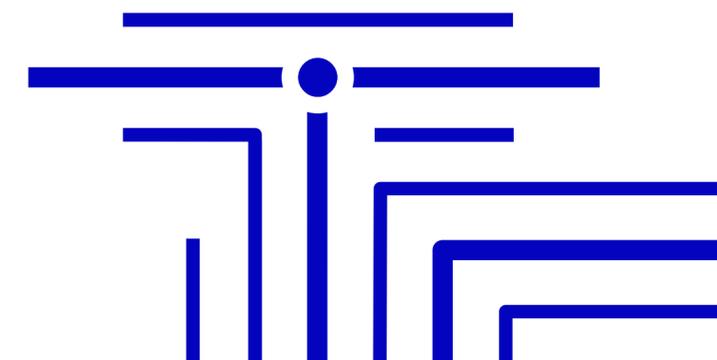
DÉCOUVERTES SPORTIVES

LES ANIMATIONS AUTOUR DU SPORT ONT EU LIEU EN CONTINU, SAUF LORS DE LA DIFFUSION DE GRANDS MATCHS

- **Espaces de sensibilisation rugby** : essais, tir...
- **Pour les enfants et les adultes**, une animation de maquillage/tatouage éphémère a été proposée pour reproduire le modèle de leur choix, aux couleurs du rugby.
- **Le photobooth et le spot instagrammable** : d'un côté, les participants sont photographiés dans les mêmes conditions qu'un rugbyman marquant un essai et plongeant dans l'en-but. Ils repartiront avec leur photo imprimée et s'ils le souhaitent leur photo numérisée. A quelques mètres de là, ils peuvent se prendre en selfie dans l'enceinte d'un stade
- **Le Rugby Fléchettes** : Cette cible gonflable géante double face oppose deux joueurs. Au pied ou à la main, de nombreux jeux sont imaginables pour tous les âges.
- **Force 3** : Le ballon ovale à la main, le joueur lance la balle à 3 reprises et tente d'atteindre des cibles en visant des trous de tailles différentes.
- **Sensibilisation santé avec les associations Sport** pour tous en pays de Loire et Addictions FRANCE : avec 4 tests d'évaluation en vue d'une activité physique : force, cardio, souplesse, endurance, à destination du grand public, un stand proposé par l'association Addictions France dédié à la prévention des risques
- **Initiation à la pratique du Rugby fauteuil et Rugby adapté** avec l'association Atlantique Rugby fauteuil de Carquefou



L'ESPACE CENTRAL DU VILLAGE A PAR AILLEURS ÉTÉ UTILISÉ POUR DES DÉMONSTRATIONS ANIMÉES PAR DES CLUBS DE RUGBY LOCAUX.





LA DÉCOUVERTE DES
SPÉCIFICITÉS RÉGIONALES
FAIT ÉGALEMENT PARTIE
DE LA FÊTE

Un parcours rugby de 8 communes de Nantes Métropole prolonge les animations programmées, « hors les murs » : animations, démonstrations, couleurs des équipes accueillies).

Le stand Nantes Métropole s'est appliqué à faire découvrir la région avec une borne de jeu, une exposition sur le sport...

ANIMATIONS CULTURELLES

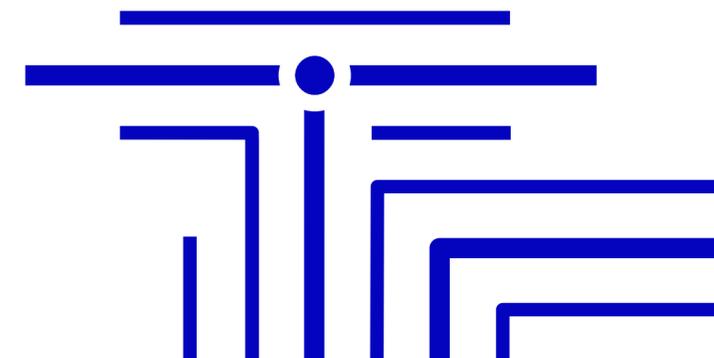
UN PROGRAMME DENSE ET VARIÉ D'ANIMATIONS FESTIVES ET CULTURELLES

Programmé avant et après les retransmissions de matchs, il a animé la scène et le Village pendant les 12 jours d'ouverture avec un double objectif :

- 1. La promotion des artistes et talents locaux
- 2. La mise en valeur des cultures des pays hôtes

PARMI CES ANIMATIONS,

- des concerts de groupes locaux : pop, électro, danses, folklore et fanfares, organisés tous les weekends à partir de 12h
- une grande fresque Street art animée par des artistes locaux
- le passage régulier du grand éléphant des Machines de l'île
- ainsi que des programmes d'animations avec les villes jumelées des Pays hôtes de la RWC 2023 : Japon, Géorgie, Pays de Galles, par des ateliers découvertes des cultures locales : chants, danses, traditions culinaires, décorations, jeux...



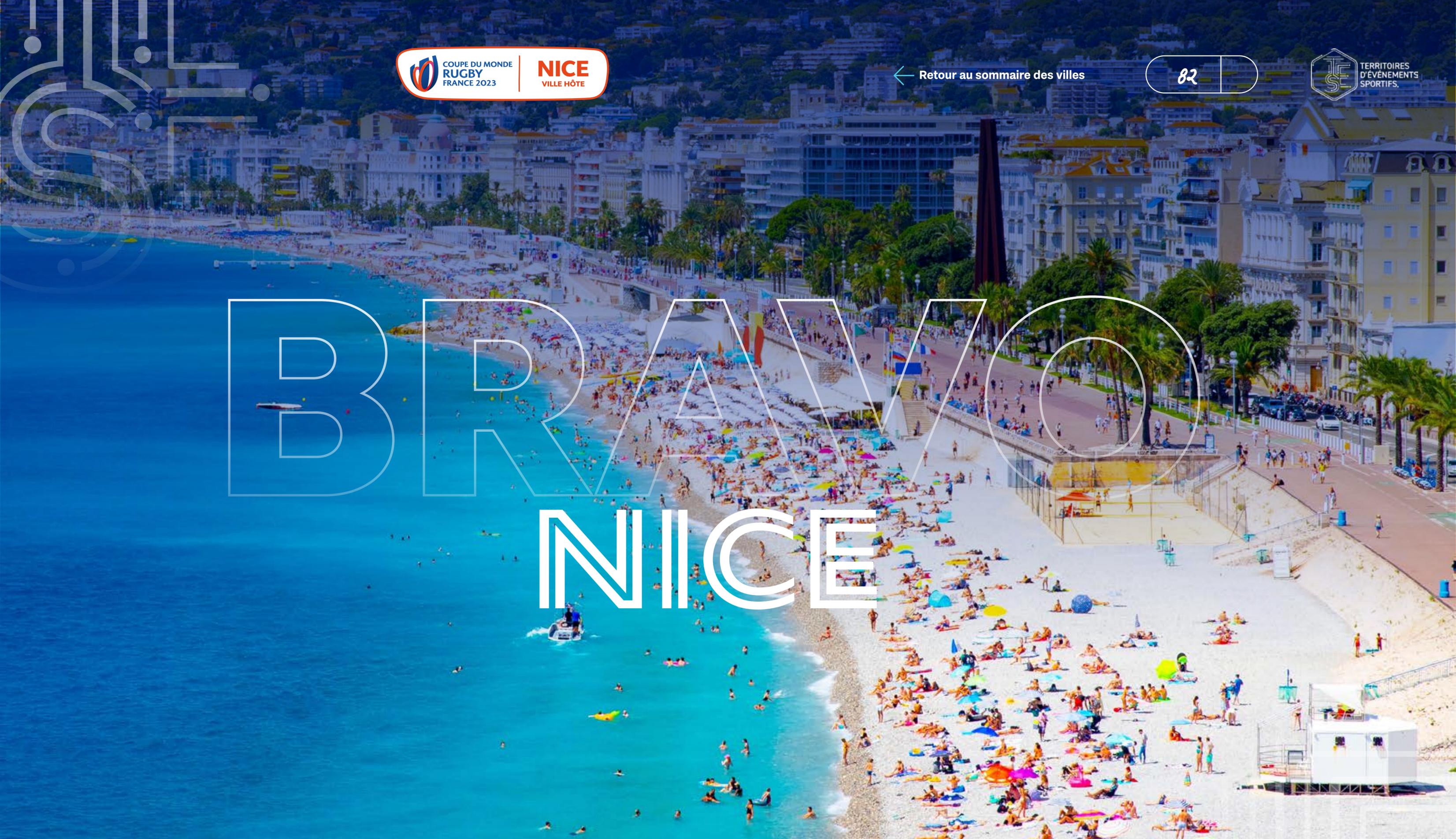


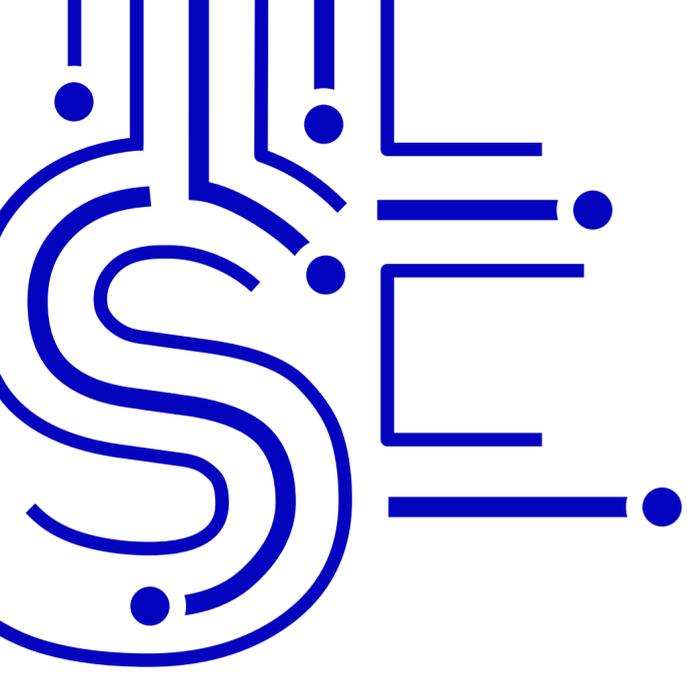
PARTENARIATS ET PROGRAMME DE RELATIONS PUBLIQUES

UN ESPACE VIP POUR TOUS LES INVITÉS

- **Un accueil exceptionnel le jour de l'ouverture** (8 septembre)
- **Espace privatisable pour les entreprises** car le Village fut aussi au service du tissu économique du territoire.
- **Pour les pays hôtes**, l'endroit où recevoir les ambassadeurs et personnels consulaires
- **Un parrain et une marraine du Village ont été choisis à la fois pour leur notoriété et par ce qu'ils représentent** : l'inclusion dans le sport des personnes en situation de handicap, la valorisation du sport féminin, et la diversité DES rugby (fauteuil et féminin).
- Le Village a également **accueilli l'équipe de France féminine de rugby à XIII**.

BRANW NICE





LE MOT DU MAIRE

Nice a accueilli pour la première fois de son histoire la Coupe du monde de rugby. Après les demi-finales du Top 14 l'an dernier, le Grand Départ du Tour de France en 2020, la Coupe du monde de football féminin en 2019 ou l'Euro 2016 et avant l'arrivée du Tour de France 2024 ou les épreuves de football des Jeux Olympiques 2024, ce fut une nouvelle occasion de démontrer que Nice a su s'imposer comme une terre d'accueil des plus grands événements sportifs internationaux.

Ce fut également une formidable opportunité de promouvoir le rugby sur notre territoire avec quatre matchs organisés dans notre superbe stade. Car Nice a une longue histoire avec ce sport et dispose de tous atouts pour redevenir une place forte de l'ovale.

Pour moi qui apprécie énormément ce sport – et notamment les valeurs de partage et de solidarité qu'il véhicule – c'est un événement majeur qui a contribué à renforcer le lien entre le public et la ville. L'an dernier déjà, les demi-finales du Top-14 avaient pu en donner un avant-goût : ce fut un grand succès populaire. Grâce notamment à la forte implication des bénévoles.

Encore une fois, la Ville de Nice a donc mis tout en œuvre pour que tous les supporters et le très nombreux visiteurs puissent vivre une expérience unique à l'occasion de ce Mondial de rugby, et découvrir une ville festive, offrant un patrimoine culturel d'une grande richesse, une qualité d'hébergement unique et un plan de mobilité efficace. Le retour très positif des grands médias étrangers venus pour l'occasion démontre ainsi que Nice a marqué les esprits.

A cette occasion, c'est toute la ville qui a vibré à la faveur de cette Coupe du monde avec plus de 140 000 personnes accueillies sur notre Village Rugby. Placé au niveau du Théâtre de Verdure et du Jardin Albert 1^{er}, dans le cœur historique de notre cité, il a permis non seulement la retransmission en live de nombreux matchs, mais il a également été un véritable lieu de vie, de fête, d'échanges et de promotion pour la ville de Nice.

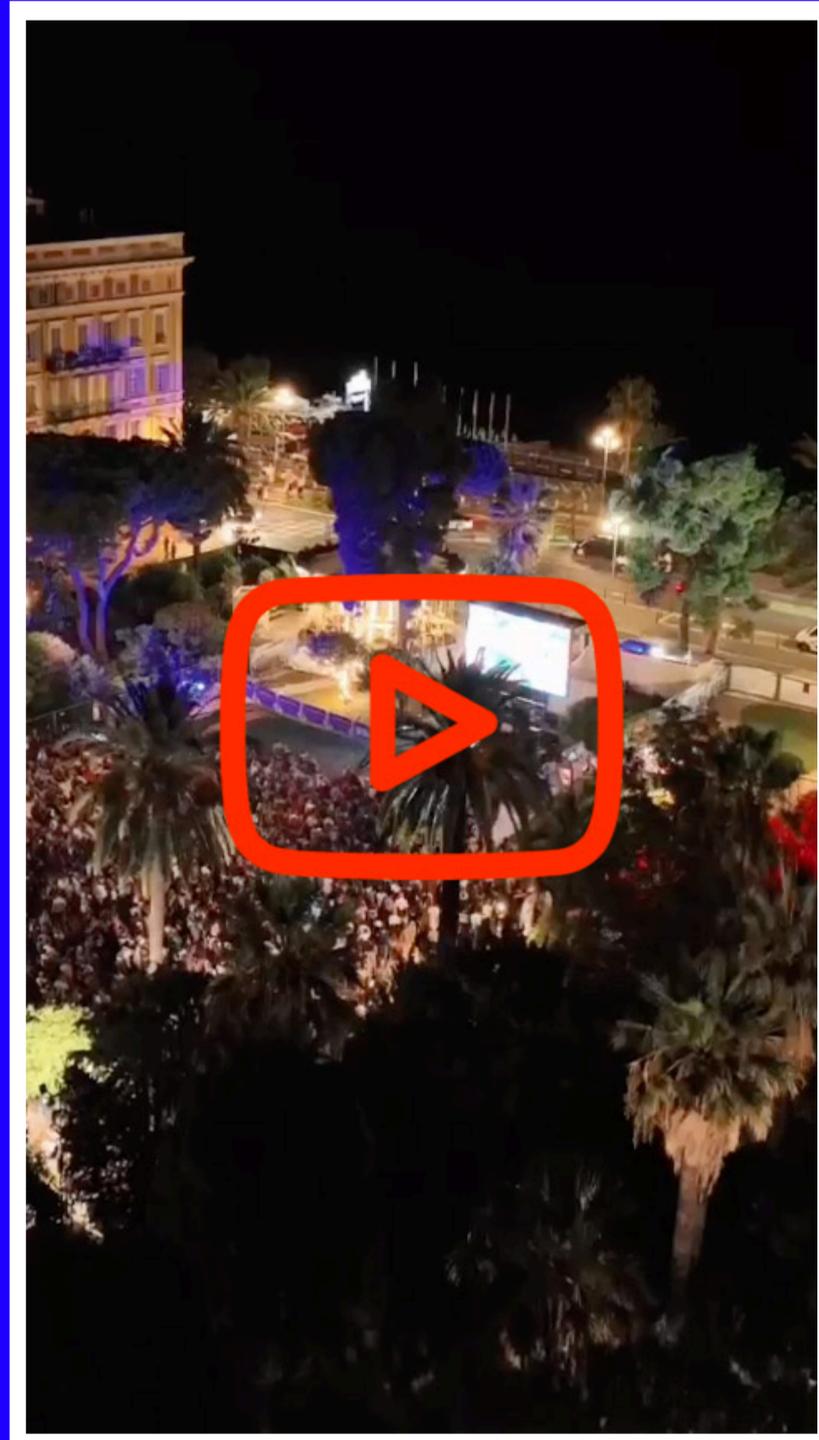
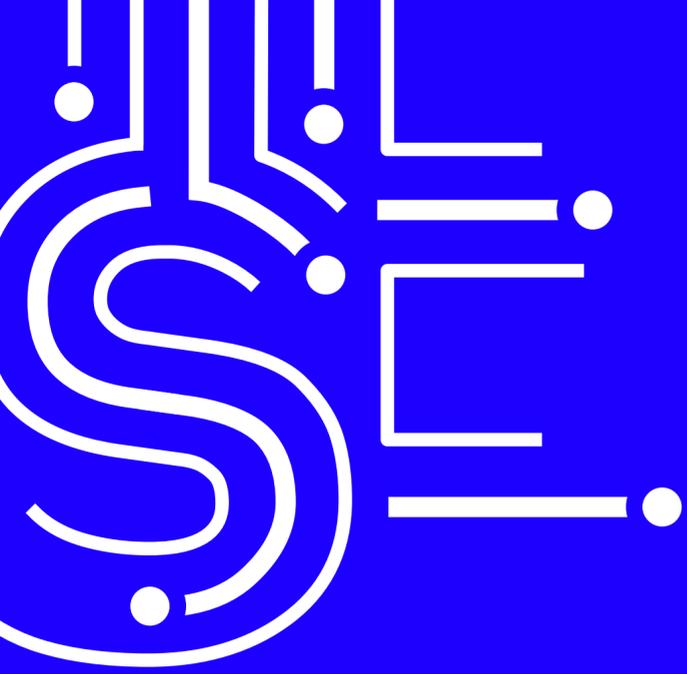
Ce fut une chance exceptionnelle pour Nice et notre territoire, pour les amoureux du rugby et les passionnés de sport, pour les Niçois et les nombreux visiteurs de vivre pleinement ce superbe événement



CHRISTIAN ESTROSI

Maire de Nice

“ Une nouvelle occasion de démontrer que Nice a su s'imposer comme une terre d'accueil des plus grands événements sportifs internationaux ”

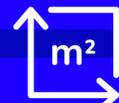




CHIFFRES=CLÉS



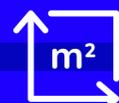
Jardin Albert 1^{er}



10 000 m²



Théâtre de Verdure



2 750 m²



128 100

personnes accueillies



3,2 M€

Estimation coût global Village

UN ESPACE HYBRIDE POUR FÉDÉRER TOUS LES PUBLICS

Nice a privilégié le cadre d'accueil du Village, permettant de recevoir les supporters en grand nombre et d'offrir aux familles un lieu paisible et festif.

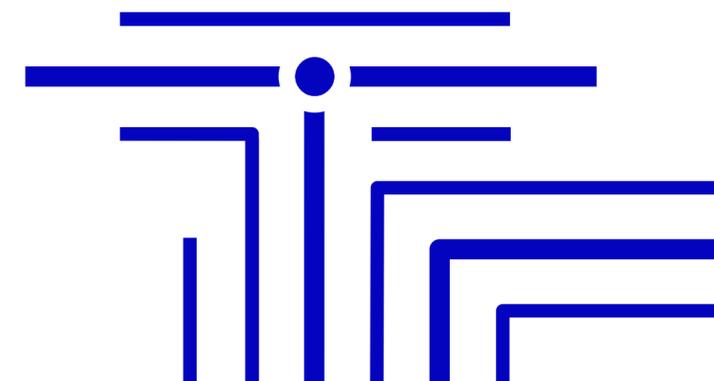
Situé en plein cœur de Nice dans le Jardin Albert 1^{er}, le Village Rugby a été conçu pour partager et faire découvrir au plus grand nombre la passion du Rugby avec des conditions de retransmissions optimales des matchs, des espaces d'animation et d'initiation pour les plus jeunes et la promotion des traditions locales.

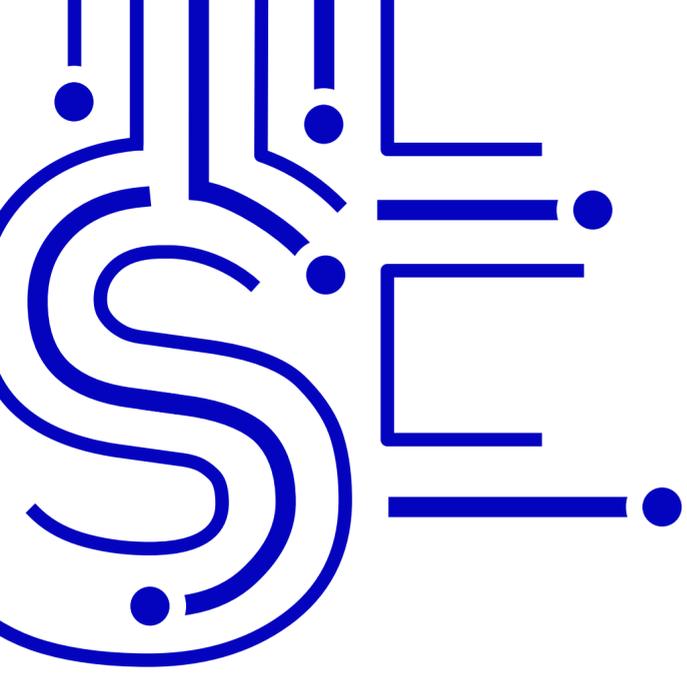
- Au-delà de la fan zone, le Village Rugby a voulu « faire vibrer les familles » avec des animations pour tous les âges.
- L'affluence était plus importante le soir sauf les jours de matchs à Nice (16/17 septembre) du fait des navettes stade-village et la présence des supporters au village.
- En 11 jours d'ouverture, le village a reçu 128 100 visiteurs
- 14 matchs ont été retransmis au Village suivis d'un moment festif le soir



POINTS FORTS

- 2 ESPACES/ 2 ÉCRANS = 2 AMBIANCES POUR DES PUBLICS DIFFÉRENTS
- 1 EMPLACEMENT IDÉAL ENTRE LE CENTRE-VILLE ET LA PLAGE





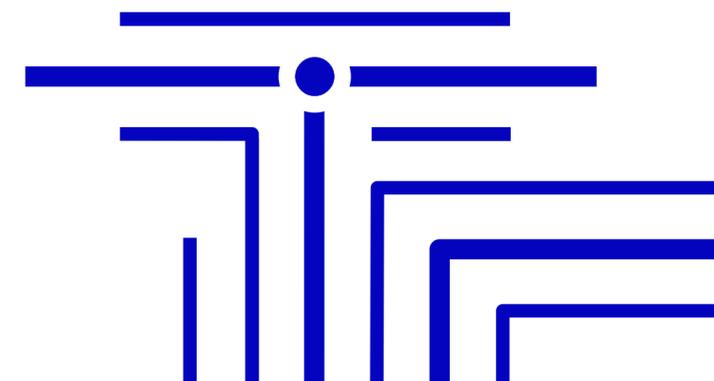
ÉQUIPEMENTS ET INSTALLATIONS SPORTIVES

Le Village Rugby de Nice a été organisé en 3 zones : le Jardin Albert 1^{er}, le théâtre de Verdure et un espace concert.

FAMILLES, SUPPORTERS, JEUNES ET MOINS JEUNES, SPORTIFS OU NON, LES ÉQUIPEMENTS ONT ÉTÉ RÉPARTIS SUR LA SURFACE DU VILLAGE POUR SATISFAIRE TOUS LES PUBLICS, AVEC :

- **1 terrain de mini rugby** pour les animations avec des encadrants du Stade niçois.
- **2 écrans de retransmission** : 21 m² et 35 m² dans deux espaces distincts du Village
- **1 scène de 3 m x 5 m** pour l'organisation de concerts et spectacles.
- **2 terrains de pétanque**
- **1 mur digital** pour la diffusion de spots, animations, informations, commentaires
- **1 espace ludique** : photobooth, maquillage, jeux, espace video
- **1 espace restauration** avec des buvettes, stands de restauration.

AU CŒUR DU VILLAGE, UN CAMION A ÉTÉ INSTALLÉ PRÉSENTANT LA BOUTIQUE OFFICIELLE DE LA COUPE DU MONDE.



DÉVELOPPEMENT DURABLE

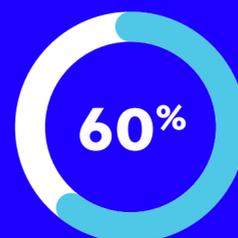
LES TROIS VOILETS ÉNERGIE, EAU, DÉCHETS ONT ÉTÉ PRIS EN COMPTE AVEC :

- 1. **Un dispositif de collecte différenciée des déchets** et une communication spécifique sur l'écoresponsabilité mise en place sur le Village
- 2. **Le partenariat signé avec Ecocup** afin de disposer de gobelets réutilisables avec consigne. Aucune vente en bouteille plastique n'a été autorisée sur le site
- 3. **La présence au sein du Village de fontaines à eau.**
- 4. **Une vigilance permanente pour le zéro plastique-zéro papier au sein des équipes d'organisation :** effort de diffusion de l'information numérique pour éviter le tracting papier, programme téléchargeable (Nice Events), diffusion en ville sur les écrans digitaux, sur le site internet de l'office du tourisme, sur les écrans géants du village...

Par ailleurs, toute l'équipe d'organisation, ainsi que les bénévoles ont été équipés de gourdes.



190 BÉNÉVOLES
MOBILISÉS



PARLAIENT ANGLAIS

Nice a favorisé un recrutement mixte et intergénérationnel (de 18 à 81 ans) de 190 bénévoles.

**TOUS AVAIENT ÉTÉ
FORMÉS SUR 2 AXES**

- aux gestes premiers secours
- au programme durable sans gaspillage.

Une soirée de briefing et une soirée de remerciements ont été organisées.



JAUGE DU VILLAGE
9 000



11 jours
d'ouverture



128 100
personnes accueillies



14 matchs
retransmis



[← Retour au sommaire des villes](#)

88

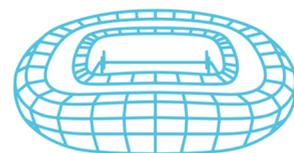


FRÉQUENTATION

— ET PICS DE VISITEURS —



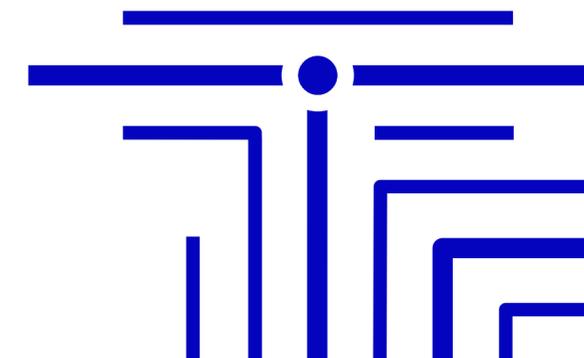
— CALENDRIER DES MATCHS —

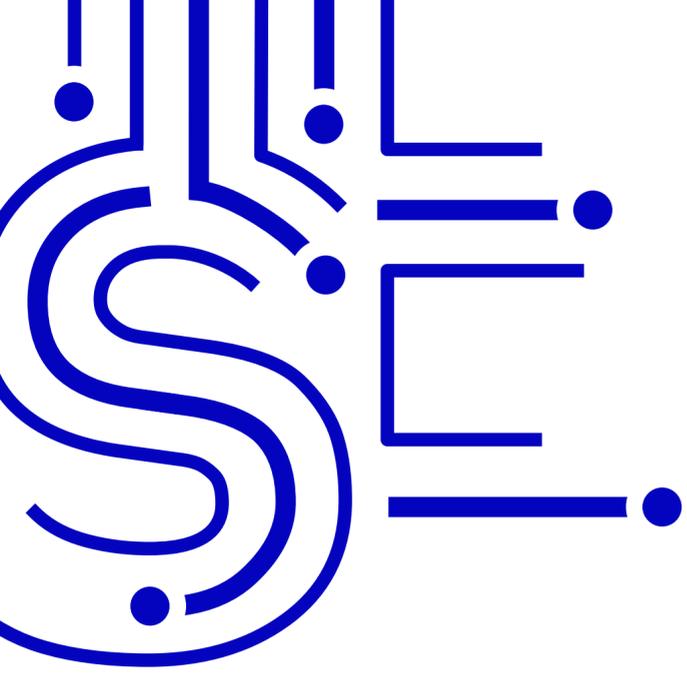


4 MATCHS ORGANISÉS À NICE

principalement avant 18h

Samedi 16 septembre	17:45	C	Pays de Galles - Portugal
Dimanche 17 septembre	21:00	D	Angleterre - Japon
Mercredi 20 septembre	17:45	A	Italie - Uruguay
Dimanche 24 septembre	17:45	B	Écosse - Tonga





MOBILITÉ

UNE ORGANISATION OPTIMISÉE POUR COMPENSER LA DISTANCE ENTRE VILLAGE ET STADE

L'innovation remarquable du Village fut la conception d'un parcours partant du Village pour rejoindre le Stade par une navette :

- les détenteurs de billets ont été pris en charge de manière fluide et conviviale
- les navettes au départ du Village étaient programmées très régulièrement lors de chaque match organisé au Stade.
- Pour les transports, une ligne de tramway spéciale Stade a été mise en place.

LE MARCHÉ RUGBY

VALORISER LA CULTURE LOCALE

- Le Marché a été organisé autour de 8 producteurs viticoles à labels (AOP, AOC, AB et IGP)
- Une petite dizaine de producteurs locaux sont venus promouvoir et vendre leurs produits sur l'espace Marché, puis ils ont été intégrés à la zone dédiée aux animations et aux partenaires pour plus de visibilité.



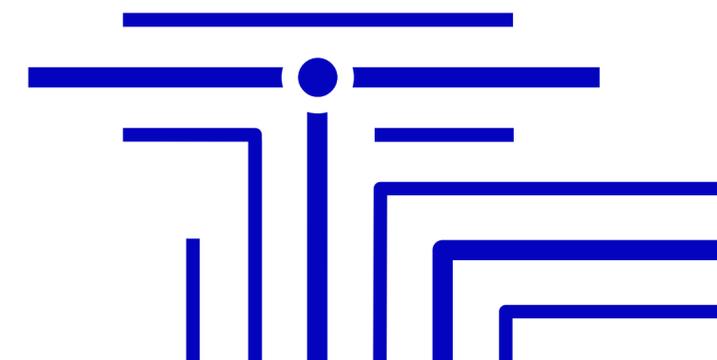
LES ANIMATIONS

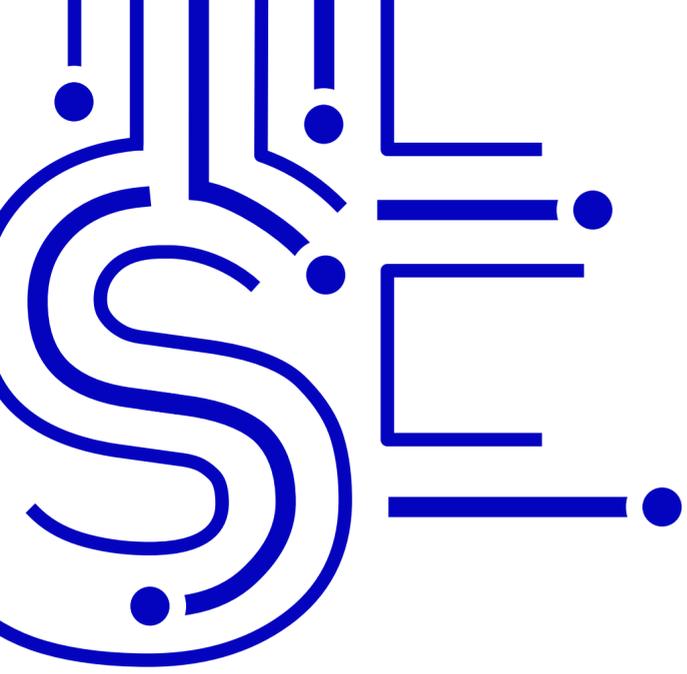
3 AMBIANCES POUR 3 EXPÉRIENCES

Les animations proposées ont été réparties dans 3 zones distinctes, ce qui a facilité la gestion des flux de visiteurs

- **La zone Arena** : une grande scène dans le théâtre de verdure : pour les retransmissions, commentaires des matchs, soirées. Après la retransmission des matchs du soir, les spectateurs peuvent rejoindre le jardin Albert 1^{er} dans lequel la soirée se prolonge avec DJ et animation musicale.
- **La zone d'animation et des partenaires** : espaces ludiques, zone initiation au Rugby, restauration, ventes : l'espace, en proximité de la promenade des Anglais était un objectif de promenade plutôt familial et grand public, devenant une zone de passage.
- **La zone d'accueil VIP**

Les animations ont été principalement orientées sur la valorisation des richesses locales et culturelles.





DE NOMBREUX CONCERTS ET SOIRÉES ONT ÉTÉ ORGANISÉS DANS LA ZONE ARENA ET DANS L'ENCEINTE DU JARDIN ALBERT 1^{ER} APRÈS LES MATCHS

- Ainsi, après chaque match, un DJ dans le jardin Albert 1^{er} offrait un set au public, et 2 concerts ont été programmés. 2 autres concerts ont été proposés en accès payant, en dehors des soirées de retransmission, afin de profiter de l'aménagement des espaces.

UNE « FAN EMBASSY » A ÉTÉ MISE EN PLACE SUR LE STAND DE LA VILLE DE NICE ET DE L'OFFICE DU TOURISME.

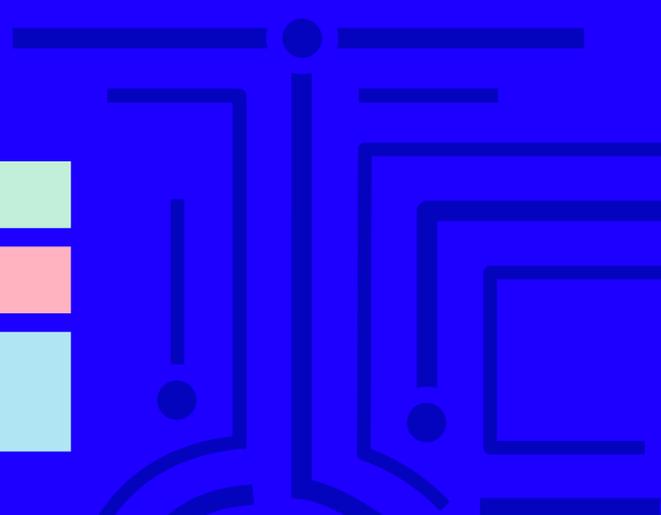
- Cela a représenté un point de repère pour les supporters en déplacement à Nice avec des représentants des ambassades ou consulats (Japon, Italie, Uruguay ...) afin de mieux les guider vers les événements festifs ou culturels, ou simplement les aider, si nécessaire, à la gestion des incidents.
- A cette occasion, a été mise à disposition un guide de Nice et une application Nice Events, proposant des parcours, sites, informations pratiques...



➔ **POUR TOUS LES MATCHS PROGRAMMÉS À 17H, DES ANIMATIONS QUIZZ, VIDEOS, JEUX ÉTAIENT ORGANISÉS SUR LE VILLAGE.**

Enfin, Nice a souhaité profiter de l'opportunité d'accueillir un large public pour déployer sa politique de prévention sur 3 axes de sensibilisation, mis en avant dans les stands officiels :

1	LA PRÉVENTION DES VIOLENCES DANS LE SPORT	avec le Comité départemental Olympique et Sportif (CDOS 06).
2	LA PRÉVENTION DES ADDICTIONS	avec des maraudes locales prévention santé.
3	LA SENSIBILISATION AU VIH	avec Gareth Thomas et le bus de Tackle HIV, l'Association Pachamama, une association environnementale, humanitaire et d'insertion par l'économie basée à Madagascar, soutenue par Jeff TORDO, ambassadeur du Village et ancien capitaine du XV de France.



PARTENARIATS ET PROGRAMME DE RELATIONS PUBLIQUES

UN ESPACE PRESTIGIEUX POUR ACCUEILLIR DES HÔTES DE MARQUE

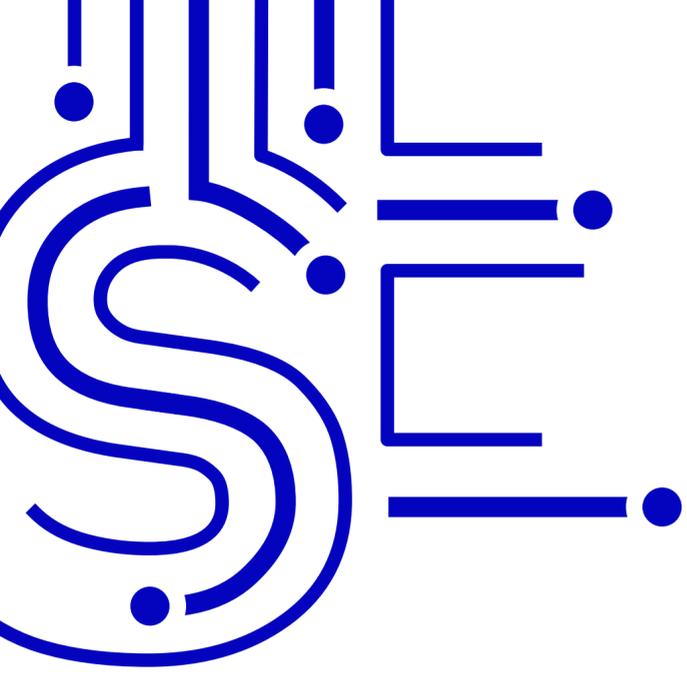
- **Placé au cœur du Village, complètement intégré à l'ambiance des supporters**, l'espace VIP a été conçu sous une tente de 100 m² prolongée d'une vaste terrasse, pour accueillir les convives les soirs de matchs, et jusqu'à 280 personnes le jour de l'ouverture du Village.
- **3 bars thématiques** ont été disposés pour accueillir les convives
- **Cette soirée inaugurale s'est tenue en présence de Jeff Tordo**, ancien capitaine de l'équipe de France de rugby et ambassadeur du village rugby de Nice.
- **Côté partenaires, SG a déployé son Rugby studio** et laisser les visiteurs jouer aux commentateurs de matchs et essais iconiques de rugby.



BRAWO

PARIS





LE MOT DE LA MAIRE

MERCI LES BLEUS ET VIVE LE RUGBY !

“ Nous avons voulu offrir aux supporters parisiens comme aux visiteurs du monde entier un lieu de célébration dédié, au cœur de la capitale ”

Moins d'un an avant l'ouverture des Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024, nous vivons déjà au rythme passionnant de la compétition grâce à cette superbe Coupe du monde de Rugby organisée sur notre territoire ! Pour que tout le monde puisse en profiter, nous avons voulu offrir aux supporters parisiens comme aux visiteurs du monde entier un lieu de célébration dédié, au cœur de la capitale.

La Place de la Concorde, la plus grande place parisienne, était l'endroit idéal pour accueillir notre « Village Rugby ». Avec sa vue imprenable sur l'Arc de Triomphe et le Palais Bourbon, avec son obélisque et ses fontaines majestueuses, tout près de la Seine, cette place incarne le Paris qui émerveille, le Paris historique qui vit et se transforme. Le lieu idéal pour faire rayonner notre ville et inviter tout le monde, grands comme petits, à profiter de cette ambiance joyeuse et festive si caractéristique de la compétition sportive.

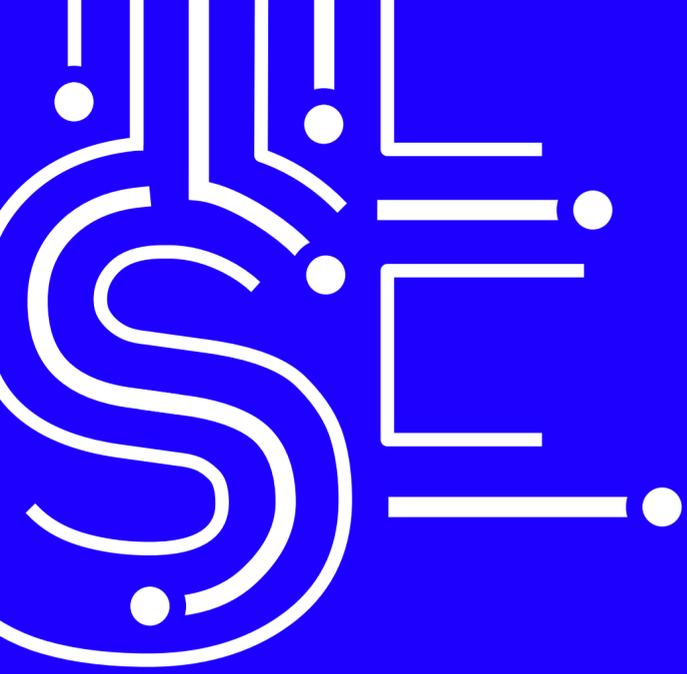
Je suis très heureuse que les nombreuses animations et démonstrations mêlant l'art et le sport, comme les espaces dédiés à la rencontre et à la gastronomie, aient attiré tant de supporters, Parisiens ou visiteurs. A l'image de notre projet pour les Jeux, ce village était un lieu gratuit, ouvert à toutes et à tous, aux sportifs aguerris comme aux curieux, pour que chacune et chacun puisse prendre part à cette grande fête populaire et découvrir la magie du sport.

Nous sommes fiers à Paris de mettre en place des lieux comme ce « Village Rugby » et de soutenir de nombreux clubs et associations sportives. Vous pouvez compter sur moi pour continuer à célébrer le sport à Paris.



ANNE HIDALGO

Maire de Paris



[← Retour au sommaire des villes](#)

95





CHIFFRES=CLÉS



Place de la Concorde



45 000 m²



1 000 000

d'entrées au total sur le Village rugby de la place de la Concorde, soit :

près de 650 000

entrées sur les 25 journées d'ouverture du Village rugby

et environ 350 000

entrées à la boutique officielle, ouverte du 22 août au 4 novembre

CÉLÉBRER LE RUGBY

PLACE DE LA CONCORDE !

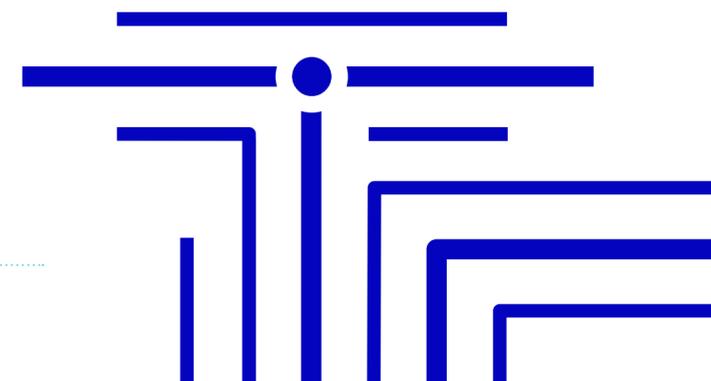
Pensé en forme de ballon ovale, le Village Rugby Concorde annonce la couleur : un lieu mythique et une programmation géante.

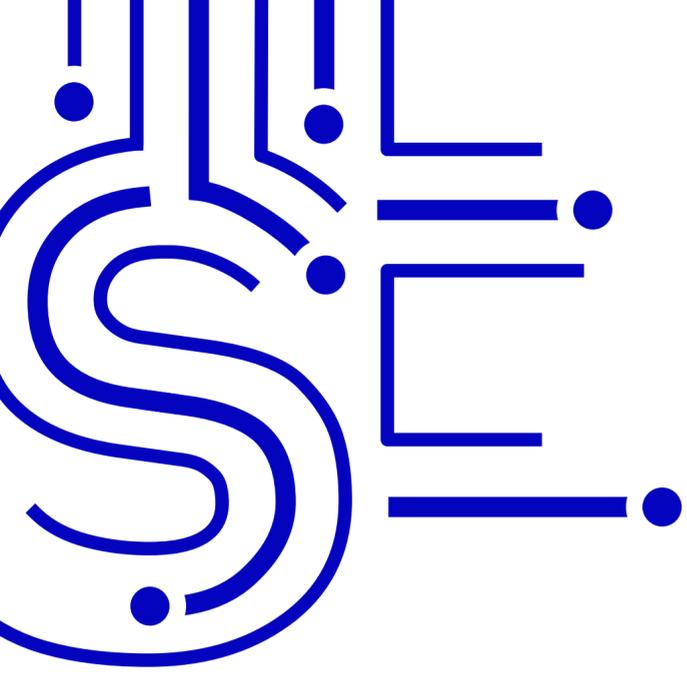
- Ouvert gratuitement au public les jeudis lors des matchs de l'équipe de France et tous les vendredis, samedis et dimanches de 14h à 23h30.
- Le Village s'est déployé comme un lieu d'accueil exceptionnel pour les supporters des équipes engagées dans la compétition, un espace de loisirs attractif pour les touristes visitant le cœur historique de Paris, et tous les Parisiens et franciliens, familles et sportifs, amoureux ou curieux du rugby.
- Espace en accès libre avec une jauge à 15 000, élargie à 40 000 lorsque l'équipe de France était programmée.



POINTS FORTS

- Un site dédié site web dédié : <https://paris.fr/villagerugby> actualisé et riche d'informations sur la programmation, interviews, reportages, infos pratiques
- Un site adapté aux personnes en situation de handicap : tous les services (restauration, toilettes, buvette, animations) ont été rendus accessibles, et positionnés du côté du Jardin des Tuileries.





ÉQUIPEMENTS ET INSTALLATIONS SPORTIVES

LA SURFACE DU VILLAGE A PERMIS DE LE PENSER AVEC UNE GRANDE MODULARITÉ :

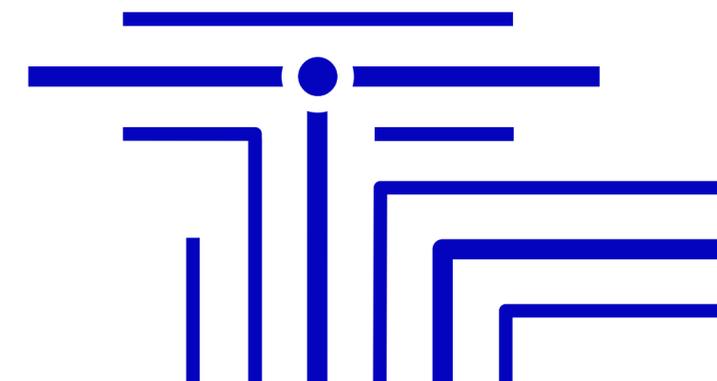
- **2 écrans** de 84 m² pour une jauge à 15 000, **et 4 écrans** de 84 m² pour une jauge à 40 000
- **1 terrain de rugby** (20x10m) réservé au rugby fauteuil
- **1 terrain 45x20m** pour les démonstrations et créneaux de pratiques d'une heure
- **1 scène** pour accueillir un programme de concerts
- **1 espace ludique avec :**
 - 1 structure animation photo (7,4x2,4m)
 - 1 stand photo ambulant
 - 1 stand video pour mimer une passe au ralenti devant la caméra
 - 1 studio radio pour s'initier au commentaire sportif
 - 1 animation espace rugby mêlée : (3x4m) avec simulateur pour le record de poussée à battre : 246 kilos...
- **1 espace de sensibilisation** à la gestion des déchets
- **Une boutique officielle** installée dans 4 conteneurs, soit 800m² avec un accès spécifique pour une ouverture en continu même en dehors de l'activation du Village

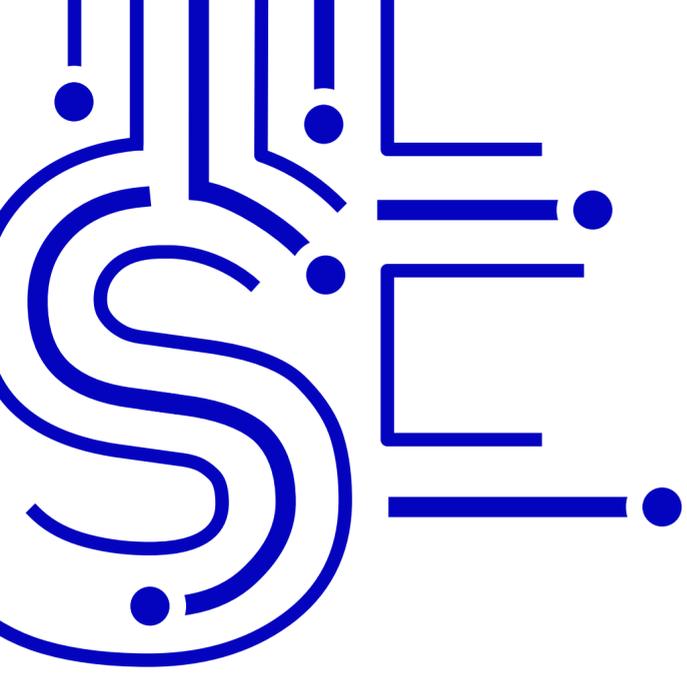


DÉVELOPPEMENT DURABLE

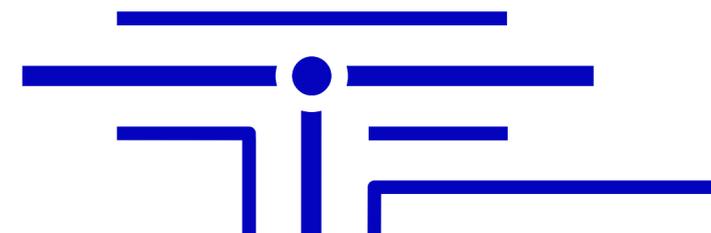
**LE VILLAGE RUGBY DE PARIS S'EST INSCRIT DANS
UNE POLITIQUE ÉCORESPONSABLE ET RESPECTUEUSE
DE L'ENVIRONNEMENT AVEC LA MISE EN PLACE
D'ACTIIONS FORTES :**

- **Réduire les déchets et encourager l'économie circulaire :** location de l'ensemble des structures et du mobilier, mise en place de fontaines à soda et à eau, gobelets réutilisables sans marquage (en location), contenants réutilisables sur le principal espace de restauration assise « Le Bouillon » (conformément à la réglementation), collecte des bio-déchets et des huiles de friture, don du terrain de rugby fauteuil à l'association sportive CAPSAAA, absence de goodies
- **Limiter les transports :** choix de prestataires locaux, réduction des fréquences de livraison avec un stockage adapté, aménagement d'un parking vélos, augmentation de la flotte de véhicules électriques utilisés.





- **Économiser les ressources énergétiques et eau :** en collaboration avec Eau de Paris, plusieurs fontaines à eau ont été placées au sein du Village : les visiteurs ont été invités à venir avec leur gourde. Utilisation des sources lumineuses existantes. Réduction du plastique à usage unique.
- **Encourager une restauration responsable :** des engagements pour 100 % de produits de saison, 70 % certifiés bio, label rouge, pêche durable, 50 % produits locaux et 50 % de propositions végétariennes. Dons des invendus alimentaires au partenaire « Les Enfants du Canal ».
- **Sensibiliser le public aux enjeux des déchets :** ateliers d'upcycling de chutes de ballons de rugby et animations sur le tri des déchets.
- **Intégrer une dimension sociale et solidaire :** 500 heures d'insertion ont été effectuées, des créneaux de découverte du rugby et du rugby fauteuil ont été réservés à certains publics cibles de la Ville de Paris, des adaptations ont été faites pour améliorer l'expérience des visiteurs en situation de handicap
- **Réaliser un bilan carbone :** l'empreinte carbone du Village est suivie via l'outil Coach Climat Évènement. Une enquête auprès des visiteurs a été réalisée sur leur mode de transport.



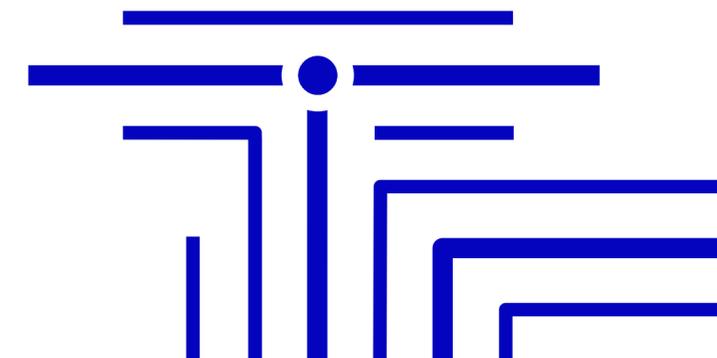


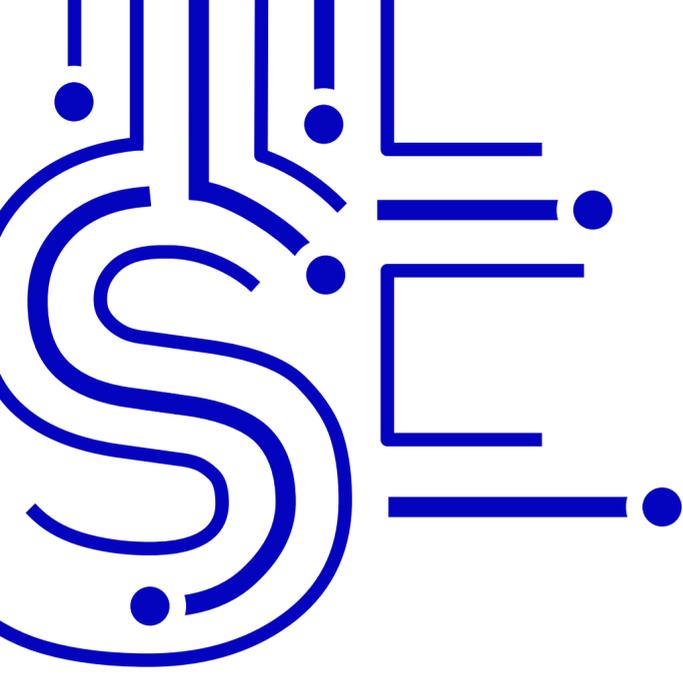
ACCESSIBILITÉ

UN VILLAGE RENDU PARTICULIÈREMENT ACCESSIBLE AUX PERSONNES AYANT DES BESOINS SPÉCIFIQUES

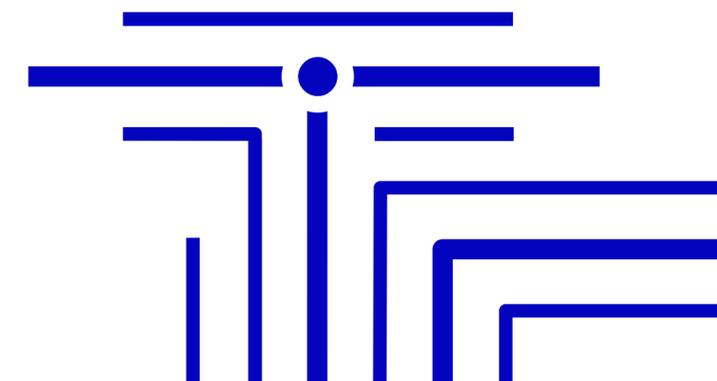
LA SURFACE DU VILLAGE A PERMIS DE LE PENSER AVEC UNE GRANDE MODULARITÉ :

- **Pour l'accès une entrée/sortie spécifique**
a été installée avec une dépose voiture située à
proximité directe de l'entrée du Village Rugby :
- Points d'arrêt sécurisés pour la manipulation
montée-descente du véhicule
- Une signalétique spécifique est mise en place
pour matérialiser ce point de dépose





- **Une équipe d'agents d'accueil sensibilisée et/ou formée a été constituée pour l'accueil des publics, dans un espace accessible :** informer, accompagner, aider à la manutention et aux transferts si besoin, et même proposer des prêts de fauteuil roulant manuel en cas de nécessité. Des interfaces de communication sur leurs smartphones ont pu être utilisées pour faciliter les échanges avec les personnes sourdes ou malentendantes : informations et programmations fournies grâce au scannage d'un QR code. Une aide à la compréhension du plan/infos par QR code ou des plans spécifiques pour déficients visuels, a également été mise en place avec plan Braille et plan agrandi.
- **Lors des retransmissions et concerts,** pour la prévention à la déficience auditive, des bouchons d'oreilles ont été proposés, ainsi que des casques anti-bruit pour les enfants.
- **Sur l'ensemble du Village, une signalétique adaptée** a été proposée à hauteur de lecture pour les personnes en fauteuil roulant : menus, signalétique directionnelle.
- **Des initiations au rugby pensées et animées par des éducateurs sportifs formés** à la prise en charge de personnes en situation de handicap : encadrer les initiations au rugby fauteuil proposer des adaptations en tenant compte des aptitudes physiques de chacun. Les revêtements des sols des espaces animation ont également été choisis pour être accessibles aux personnes à mobilité réduite.
- **Lors des matchs, la zone de retransmission et la scène, une BIM (Boucle à Induction Magnétique) a été mise en place** dans un espace dédié réservé pour rendre accessible toutes les informations auditives aux personnes sourdes ou malentendantes porteuses d'un appareil auditif ou implant. Le sous titrage sur les écrans par vélotypie a pu être proposé pour une meilleure accessibilité.





JAUGE DU VILLAGE
15 000 à 40 000



25 jours
d'ouverture



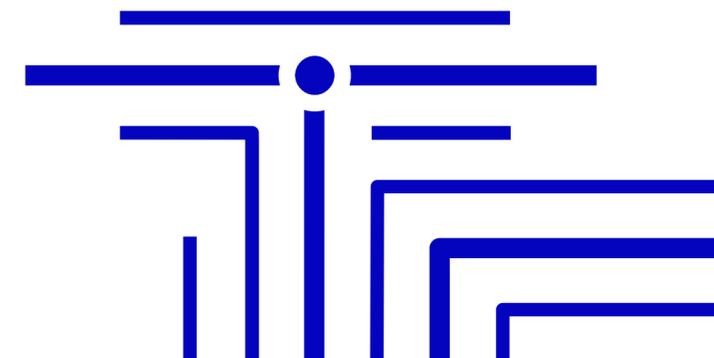
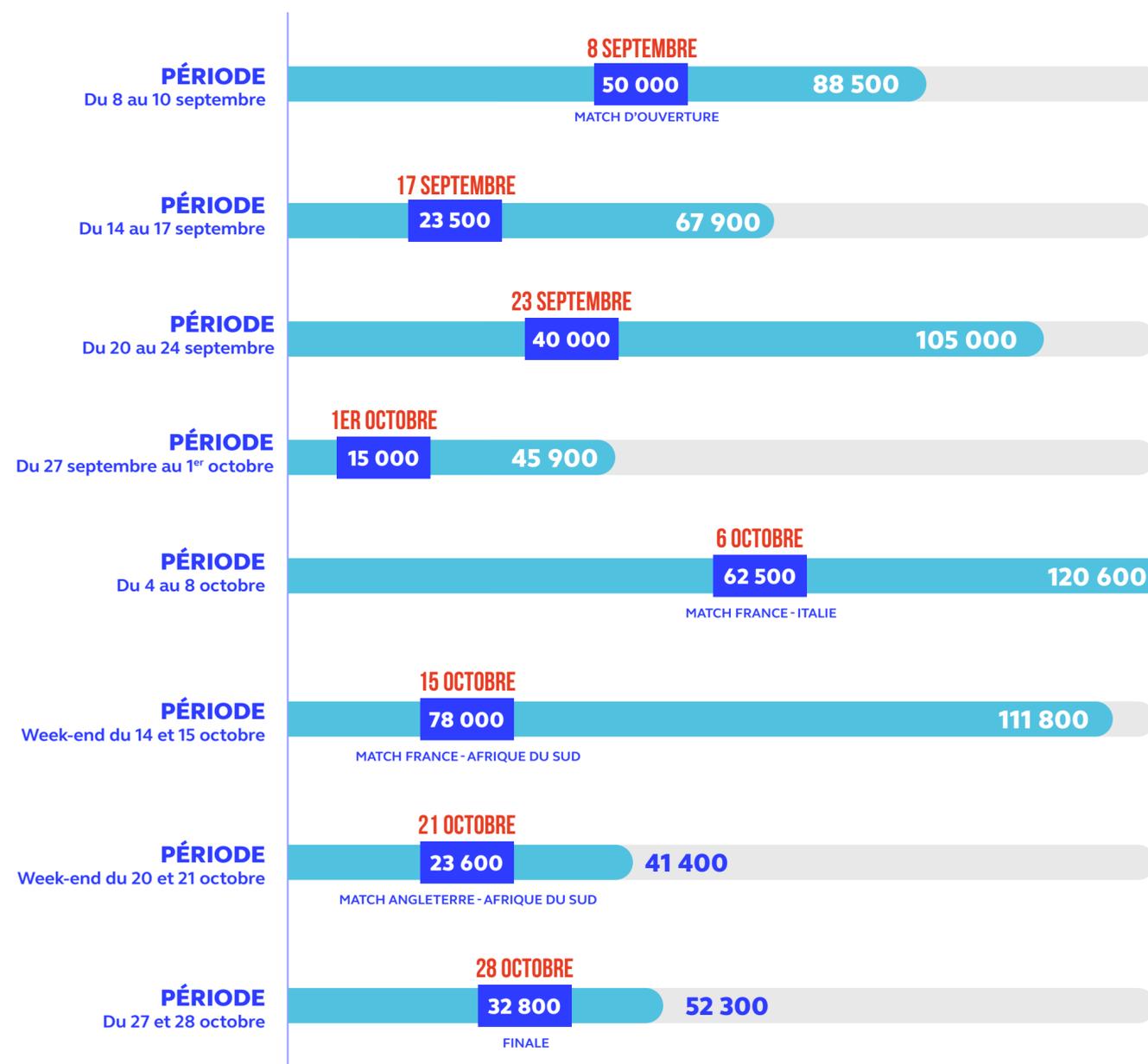
633 400
personnes accueillies



48 matchs
retransmis

FRÉQUENTATION

— ET PICS DE VISITEURS

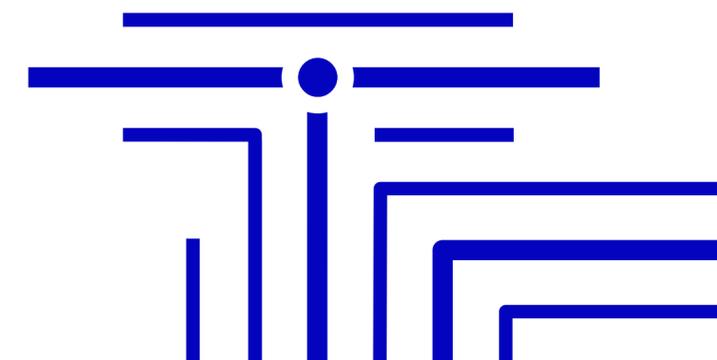


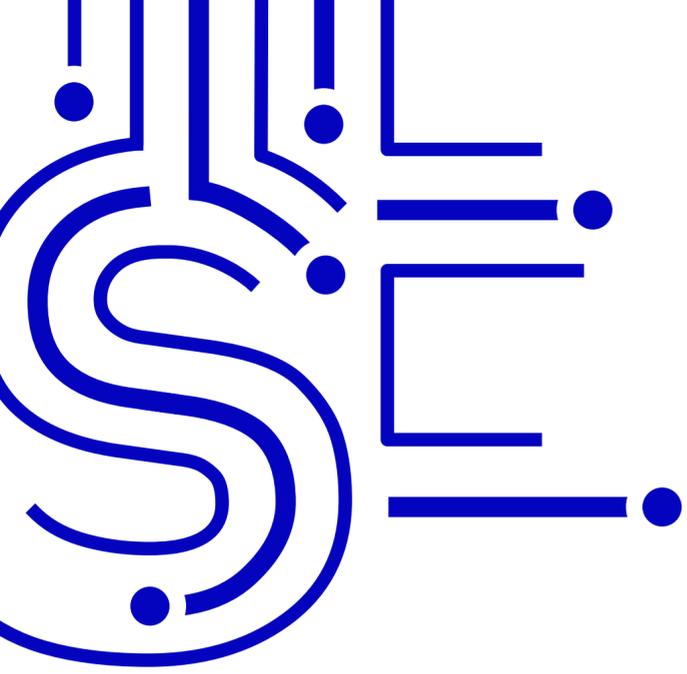


LES ANIMATIONS

AU PROGRAMME DU VILLAGE, DE NOMBREUSES ANIMATIONS ONT ÉTÉ PROPOSÉES SUR LE SITE ET SUR LES ÉCRANS GÉANTS

- **A l'écran**, outre la retransmission de tous les matchs de la Coupe du monde, des best-of des matchs précédents, l'interview d'ambassadeurs, des spots d'information, un Top 50 des moments Rugby et des jeux ont été diffusés. Flag cam et crazy cam ont bien sûr été renvoyées sur les écrans.
- **Les visiteurs ont également profité** des deux terrains d'animation et de découverte, de stands photos, d'expositions et d'une riche programmation sur la scène centrale qui a accueilli le show d'ouverture mais aussi des DJ set et des performances sportives et culturelles pendant toute la durée d'ouverture du Village.





- **Les animations et démonstrations sportives** ont été encadrées par des animateurs professionnels de la Ligue Ile de France de Rugby et de l'association CAPSAAA qui assure les animations d'initiations et démonstrations rugby fauteuil.
- **Un accueil de groupes de pratiquants** (associations, clubs, élèves) a été mis en place pour l'espace terrains, sur des créneaux d'une heure, groupes accompagnés et encadrés.
- **Une très belle démonstration de rugby** a été présentée au Village avec le Match des Légendes rassemblant le 10 septembre, des anciens des équipes du Racing 92 et du Stade Français.
- **Une démonstration de rugby Fauteuil a également été présentée au public.** Durant 1 heure, le club CAP SAAA spécialisé dans cette pratique a supervisé les animations avec des animateurs dédiés. Le terrain était composé de dalles en polypropylène afin de permettre la découverte de la pratique, du matériel sportif et des fauteuils adaptés mis à disposition du public.



DEUX MARCHÉS ONT ÉTÉ IMPLANTÉS SUR LE VILLAGE AFIN DE PRÉSENTER AU PUBLIC UN DISPOSITIF DE VENTE DE PLANCHES : CHARCUTERIE, FORMAGES, LÉGUMES, AINSI QUE DES PRODUITS ISSUS DE PRODUCTEURS D'ILE-DE-FRANCE.



PARTENARIATS ET PROGRAMME DE RELATIONS PUBLIQUES

**LE VILLAGE A ÉTÉ INAUGURÉ PAR LA MAIRE DE PARIS LE
8 SEPTEMBRE EN PRÉSENCE DE NOMBREUSES PERSONNALITÉS**

**LES PARTENAIRES DE FRANCE 2023 ET DE RWC 2023 ONT ÉGALEMENT
ÉTÉ TRÈS PRÉSENTS SUR LE VILLAGE.**

■ **Meta** avec la mise en place d'un espace d'expériences permanentes :

- The Reels booth expérience a permis aux fans de créer un Reels personnalisé avec le membre de la SuperSquad de leur choix
- The virtual « scoring expérience » a démontré la ferveur de chaque visiteur en tant que fan pour soutenir sa nation en applaudissant le plus fort possible
- The « superfans » picture opportunity a reproduit une touche sur une scénographie à couper le souffle, et permis de se photographier à l'aide de son smartphone
- AR tattoos – Tatouages des Superfans avec QR CODES



- Et l'organisation en parallèle d'événements spéciaux : TF1 Show ; Creators moments ; activation particulière pour la finale
- **L'espace RMC** a également permis la réalisation d'émissions en direct.
- **Defender** a choisi de financer le terrain de rugby fauteuil pour des initiations tout au long des journées d'ouverture
- **VDP x France Pare-brise** : avec l'accueil de plusieurs associations oeuvrant dans le domaine du recyclage d'articles sportifs (Recyclerie sportive, Upcycling sport, Les connexions)
- **Eden Park** en tant que partenaires du Village Rugby et protocolaire de la Ville a déployé son équipe et accompagné la Ville dans l'aménagement de l'espace « Hospitalités ».



■ **SG** avec le Studio de doublage de vidéos cultes du rugby :

- Dispositif physique : « Comment Box ». Un écran partageable verticalement : En haut, les images d'origine avec la voix des participants. En bas, le supporter filmé en train de commenter
- Dispositif digital : Une application développée par SG : Sélection et visionnage de l'extrait que la personne veut doubler parmi les 4 extraits proposés. 2 essais puis la sélection du meilleur commentaire. Embasement pour récupérer la vidéo Réception de la vidéo avec bouton « share » pour les réseaux sociaux prise de RDV sur l'appli avec rappel du créneau pas sms

■ **Mastercard** a de son côté proposé une animation photos

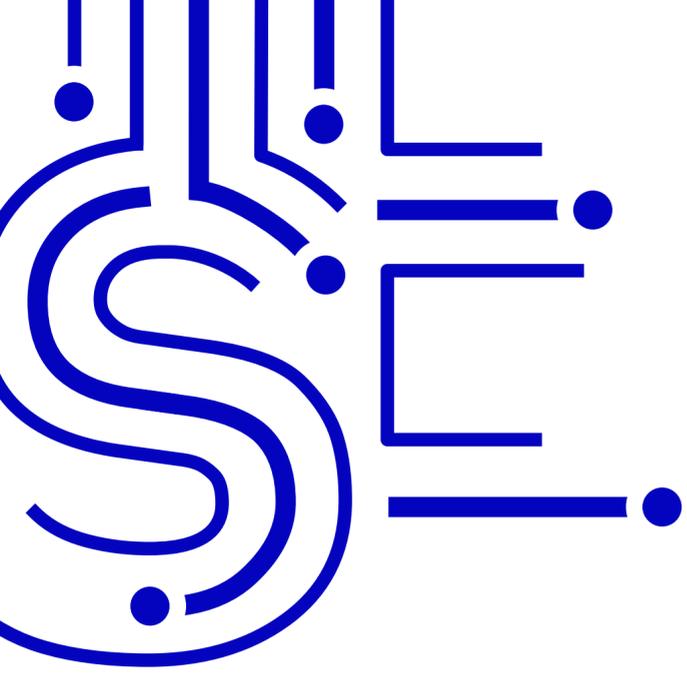
■ **Cordier** a habillé des buvettes InVivo/Cordier, et proposé une animation cocktails bleus/blancs/rouges pour les matchs de l'équipe de France & animation champagne pour la finale.

■ **Dalloyau** était chargé de la restauration au sein de tout l'espace Hospitalité ainsi qu'au sein du stand SG

■ Sur son stand, **Orange** a choisi de présenter « Orange et l'innovation » avec le Jeu de l'interview croisée et mise à disposition, sous forme de prêt via un QR code, de batteries externes.

■ **L'espace sensibilisation de la Ville de Paris sur le recyclage** a donné l'opportunité à plusieurs associations d'aller au-devant du public.





AU TOTAL, LE VILLAGE RUGBY C'EST ENVIRON :

- 70h d'animations réservées aux publics prioritaires de la Ville.
- 1 500 personnes (publics prioritaires) invitées sur les animations rugby, rugby fauteuil et recyclerie sportive.

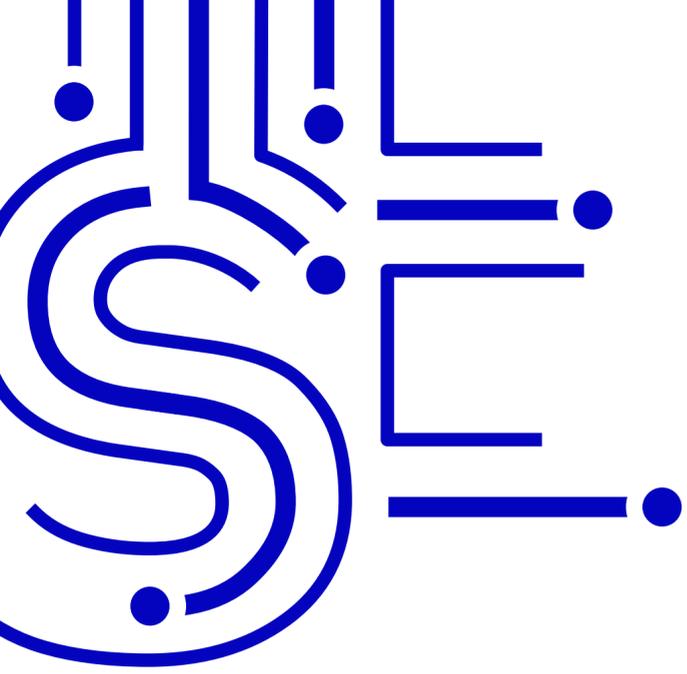
LES DIFFÉRENTS TYPES DE PUBLICS INVITÉS :

- **Enfants** : Foyers et structures de l'aide sociale à l'enfance
- **PSH** : Associations de personnes en situation de handicap
- **Seniors** : clubs seniors, résidences autonomes et EHPAD
- **Personnes en situation de précarité économiques** : foyers d'hébergement, mission locale...
- **Associations résidant dans les quartiers populaires** (QPV)
- **Enfants des centres de loisir**
- **Elèves des établissements scolaires** (primaires et collèges)
- **Lauréats des dispositifs Héritage** de la Ville
- **Associations de familles monoparentales**
- **Participants du dispositif** « Paris Sport Vacances »



BRAWO SAINT-DENIS





LE MOT DU MAIRE

Saint-Denis est, par nature, une ville de très grands événements sportifs. Parce qu'elle abrite le Stade de France, bien sûr, et qu'elle vibre régulièrement au rythme des grands matchs de football et de rugby. Nos commerçants, nos habitants et nos associations savent en faire des moments inoubliables. Mais aussi parce que nous avons le sens de l'accueil et de l'hospitalité. Avec ses plus de 130 nationalités, elle possède une forte tradition d'accueil et de mélange des cultures.

C'est une ambiance propice à l'arrivée de visiteurs du monde entier, qui viennent soutenir leur équipe et s'intègrent facilement à notre grand melting-pot.

Notre patrimoine s'étend bien au-delà du Stade, ce qui fait de notre ville une destination de choix pour les supporters. Entre les matchs, ils peuvent découvrir la Basilique des reines et des rois de France, le Musée Paul Eluard ou encore les cultures urbaines avec la Street Art avenue. Organiser la coupe du Monde à Saint-Denis, c'était donc promettre une expérience complète, bien davantage qu'un simple accueil logistique.

Cette expérience a notamment été condensée dans le Village Rugby, que nous avons conçu comme l'épicentre des célébrations. Alliant retransmissions des matchs, animations sportives - notamment pour les plus jeunes -, concerts et spectacles, il nous a permis d'associer pleinement les dionysiens à la Coupe du Monde, tout en permettant aux visiteurs extérieurs de se mélanger avec nos habitants pour une rencontre réussie.

Le Village mettait pleinement en avant des manifestations artistiques et culturelles à l'image de notre territoire : rap, cirque, théâtre, hip-hop ou cuisines du monde. Cette fidélité à notre ADN était cruciale : en construisant une programmation qui nous ressemblait, nous avons réussi à attirer les habitants tout en faisant découvrir notre patrimoine aux supporters du monde entier.

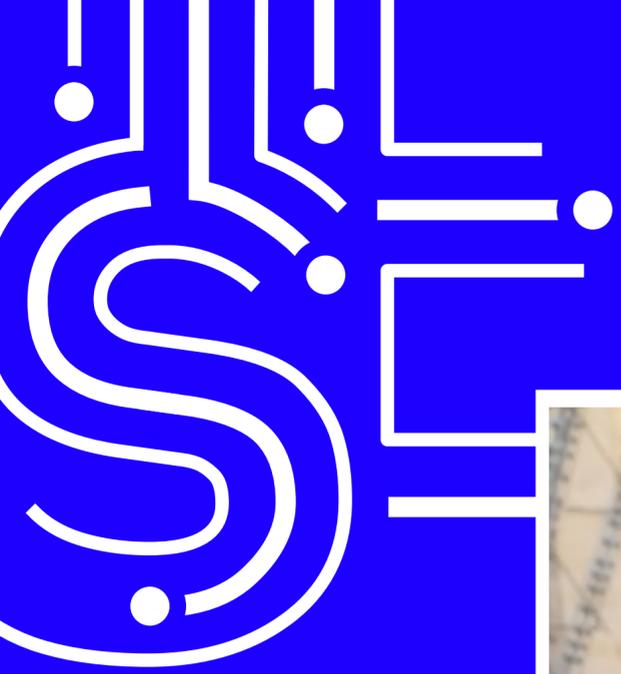
Le rugbyman Daniel Herrero disait que le rugby est un monde où l'on se rencontre plus qu'on ne se croise. En associant notre patrimoine à cette coupe du Monde, nous avons montré que Saint-Denis aussi est une ville que l'on rencontre, plus qu'on ne la traverse.



MATHIEU HANOTIN

Maire de Saint-Denis

Organiser la coupe du Monde à Saint-Denis, c'était promettre une expérience complète

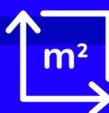




CHIFFRES-CLÉS



Place Victor Hugo



6 000 m²



12 586
personnes/jour



125 856
personnes accueillies



1,3 M€
Estimation coût global Village

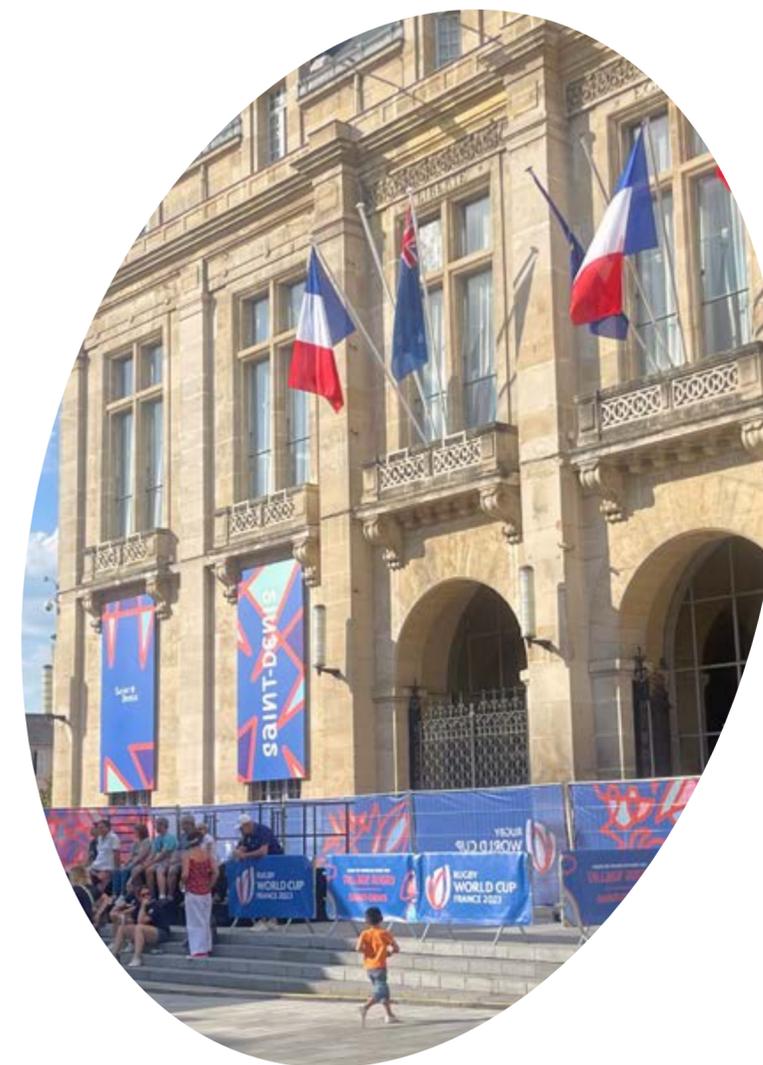
ENEZ VIBRER

OUR LA COUPE DU MONDE

Le Village a été conçu comme un espace ouvert, installé sur la place Victor Hugo, devant l'Hôtel de Ville. Il s'est déployé tout au long de la compétition, du 8 septembre au 28 octobre.

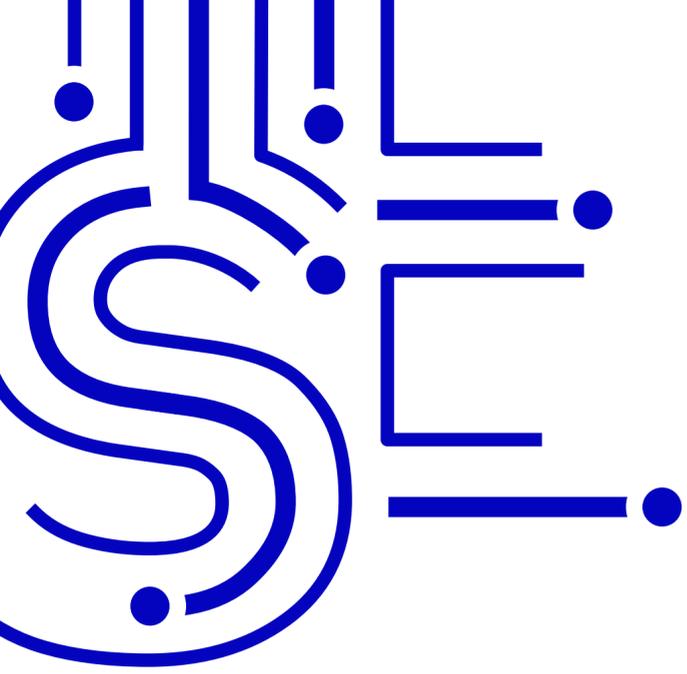
La place Victor-Hugo s'est transformée en un village dédié à l'ovalie pour la retransmission des matches, des animations sportives et culturelles, des concerts...

- Le choix de Saint-Denis a été d'**engager de nombreuses activations en amont de la compétition, avec les associations locales.**
- L'objectif était de **mobiliser les habitants, et notamment les jeunes.** 8 projets ont ainsi été identifiés dans un programme d'accompagnement des associations : Rugby'shop, Rugby'siness, Rugbys'cool, Rugby'job, Rugby'style, Team Saint-Denis, l'Ovalie à Saint-Denis
- Le Village Rugby est alors devenu **l'aboutissement, le résultat de ce programme.**



POINTS FORTS

- OUVERTURE SUR LE CŒUR DE VILLE HISTORIQUE, SYMBOLE D'INTÉGRATION ET DE DIVERSITÉ
- LA MOBILISATION DES PUBLICS LOCAUX, HABITANTS, COMMERÇANTS, ASSOCIATIONS.



ÉQUIPEMENTS ET INSTALLATIONS SPORTIVES

UNE VASTE SCÈNE AU CENTRE DES ANIMATIONS, HABILLÉE D'UN ÉCRAN GÉANT

- 1 grand écran
- 1 grande scène
- 1 espace ludique
- 1 boutique officielle RWC 2023
- **Pour la restauration**, des foodtrucks ont été mis en place et animés par les restaurateurs locaux dans l'enceinte du Village.

UN VILLAGE ECO-RESPONSABLE

- Le Village a choisi l'interdiction du plastique à usage unique et la mise à disposition de fontaines à eau.
- Le tri des déchets a été mis en place sur l'ensemble du Village, avec une signalétique adaptée, qui poursuivait la pédagogie auprès des publics.
- La présence des volontaires ainsi que d'éco-animateurs sur le Village a renforcé ces actions de sensibilisation et de pédagogie.





JAUGE DU VILLAGE
5 000



10 jours
d'ouverture



12 586
personnes/jour



125 856
personnes accueillies



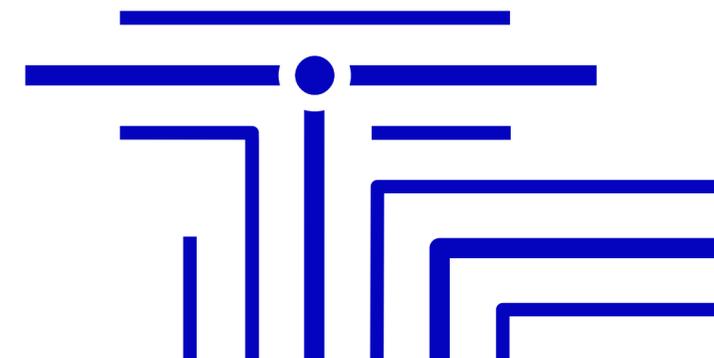
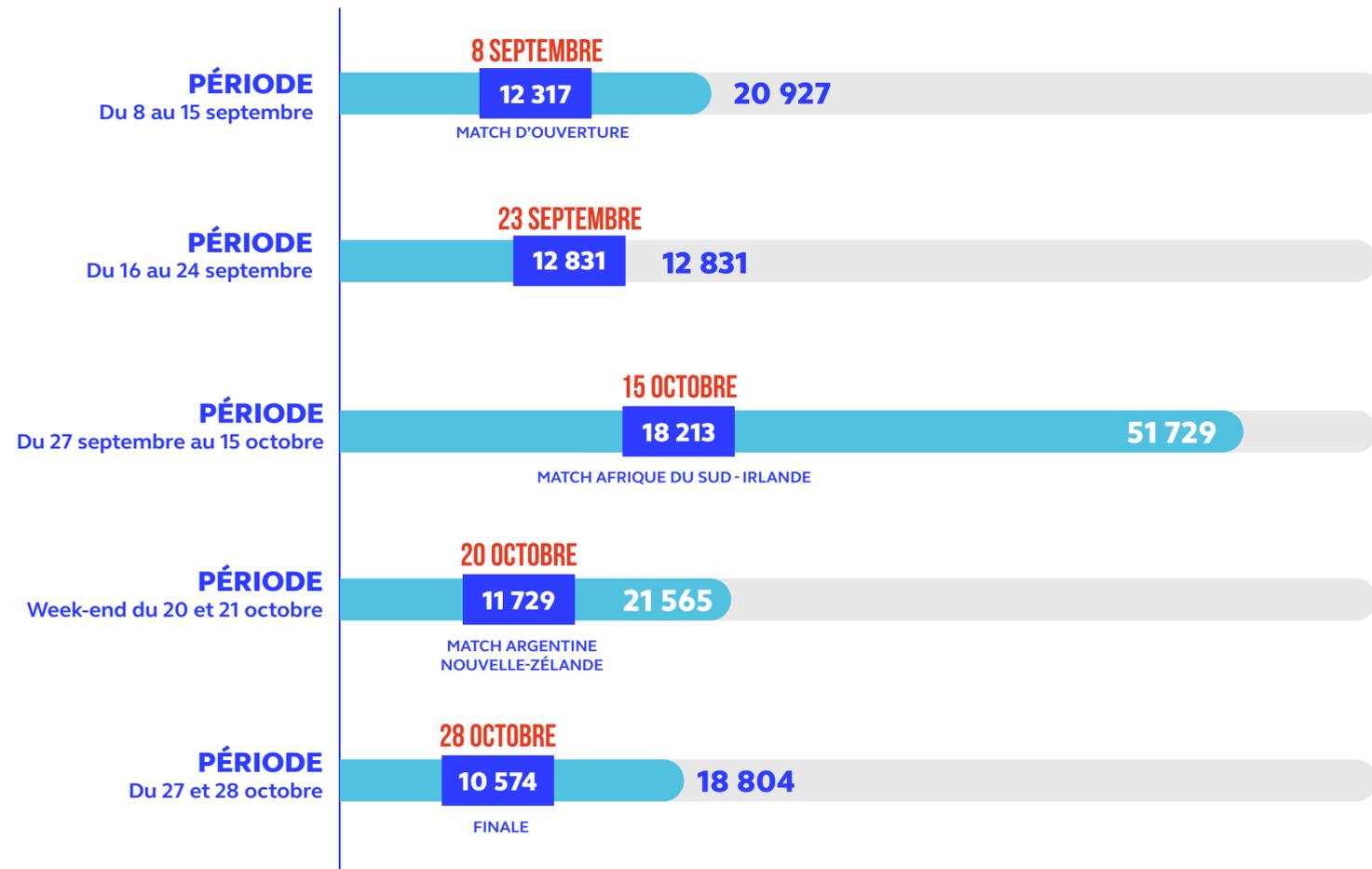
14 matchs
retransmis

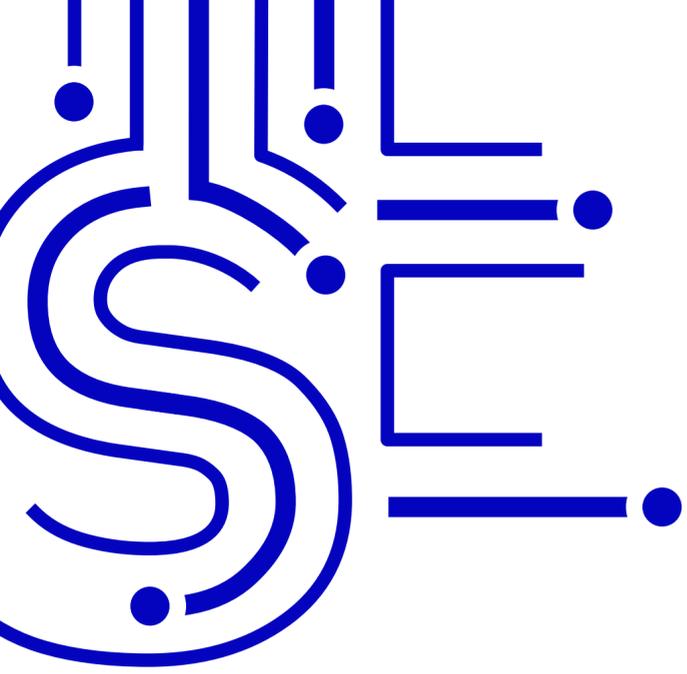
FRÉQUENTATION

— ET PICS DE VISITEURS

UN SUCCÈS PHÉNOMÉNAL

Une large majorité de matchs organisés en soirée, favorisant la présence sur le Village.

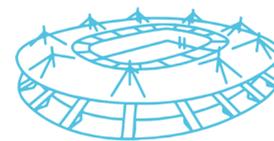




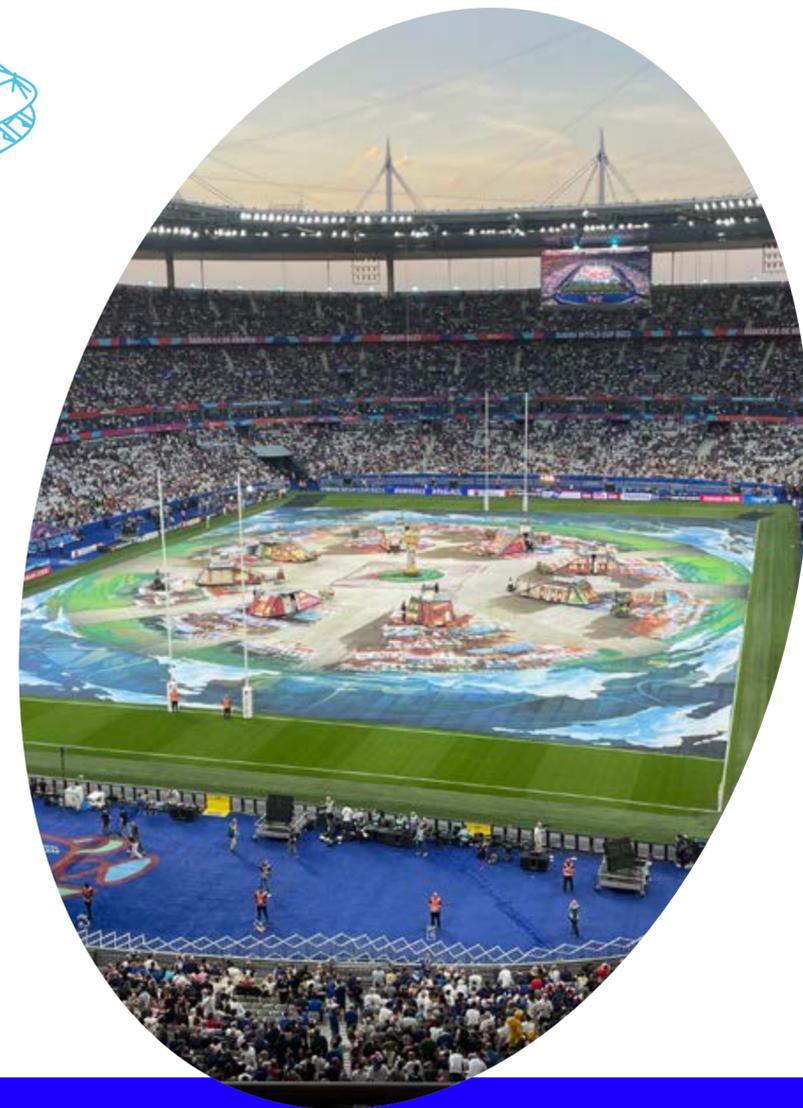
— CALENDRIER DES MATCHS —

10 MATCHS ORGANISÉS AU STADE DE FRANCE

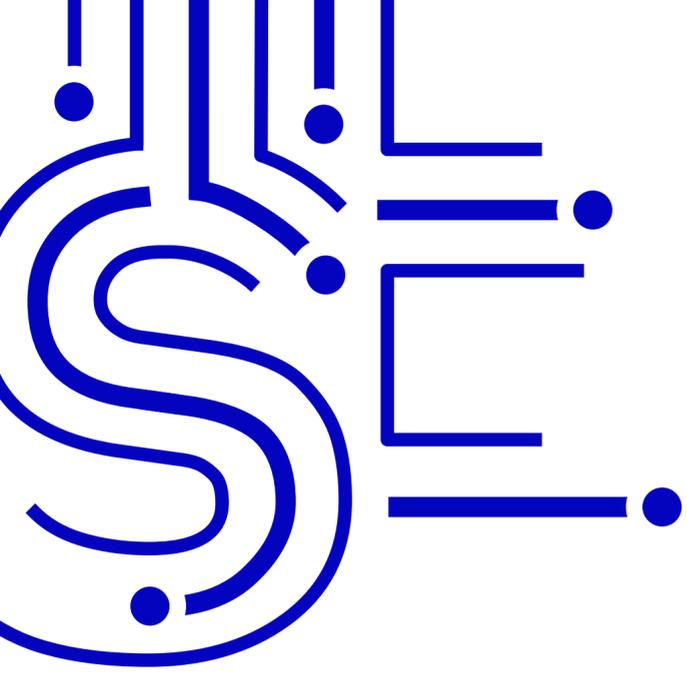
principalement en soirée



Vendredi 8 septembre	21:15	A	France - Nouvelle-Zélande
Samedi 9 septembre	18:00	C	Australie - Géorgie
Samedi 23 septembre	21:00	B	Afrique du Sud - Irlande
Samedi 7 octobre	21:00	B	Irlande - Écosse
Samedi 14 octobre	21:00	QF2	Irlande - Nouvelle-Zélande
Dimanche 15 octobre	21:00	QF4	France - Afrique du Sud
Vendredi 20 octobre	21:00	DF1	Argentine - Nouvelle-Zélande
Samedi 21 octobre	21:00	DF2	Angleterre - Afrique du Sud
Vendredi 27 octobre	21:00	Finale Bronze	Argentine - Angleterre
Samedi 28 octobre	21:00	Finale	Nouvelle-Zélande - Afrique du Sud



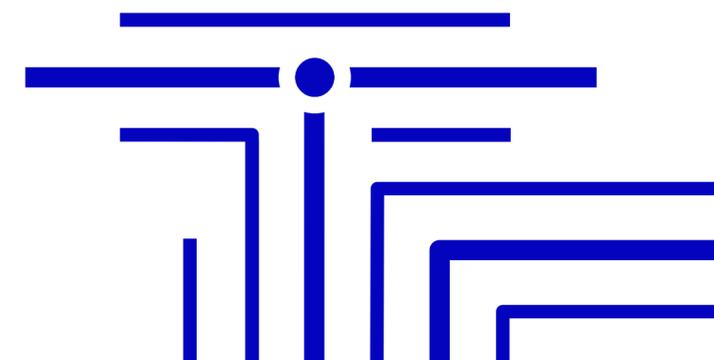
**12 300 VISITEURS LE JOUR DE L'OUVERTURE
DU VILLAGE, JOUR DE DIFFUSION DE LA CÉRÉMONIE
D'OUVERTURE**



MOBILITÉ

RAPIDITÉ, FLUIDITÉ ET MOBILITÉS DOUCES

- Le Village a été **implanté à 20 minutes de marche du Stade de France**, au pied de la Basilique de Saint-Denis, tout proche de l'hôtel de ville.
- **Des passerelles piétonnes, des accès vélo avec 2 pistes cyclables** le long du Canal de Saint-Denis et de la nationale 1, ont donc rendu très facile l'accès aux matchs.
- **2 stations géantes de 200 places de vélo**, spéciales Coupe du Monde de Rugby 2023, avaient été mises en place.
- Pour les transports en commun, le **Village se situait à 1 station de métro du stade** (Ligne 13)



LE MARCHÉ RUGBY

7 STANDS DÉDIÉS AUX COMMERÇANTS LOCAUX

- Tous les week-ends de matchs, de 15h à 21h sur la place Victor-Hugo, un marché a été installé, présentant les produits du terroir français à la dégustation et à la vente

==
TOUS LES
WEEK-ENDS

DE 15H À 21H





JEUDI AFTERWORK

Chaque jeudi, un Afterwork a été organisé, avec 2 scènes installées pour permettre aux visiteurs de profiter de performances culturelles et sportives tout au long de la compétition : concerts, DJ sets, et danses.

LES ANIMATIONS DU RUGBY PARTOUT, POUR TOUS

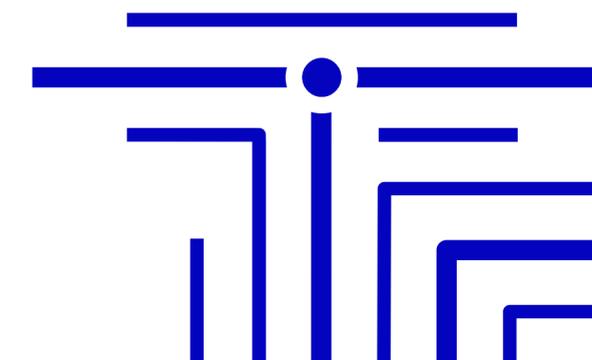
LES ANIMATIONS ONT ÉTÉ PROPOSÉES POUR TOUS LES PUBLICS, TOUS LES JOURS DE MATCH DE 15H À 19H.

Elles ont été rendues possibles grâce à une équipe encadrante de 17 personnes, éducateurs et éducatrices sportives de la Ville, services civiques et apprentis.

Ces animations visaient à faire découvrir aux habitants toutes les facettes du rugby à travers une multitude d'ateliers et d'animations autour du ballon ovale. Plusieurs formats ont été proposés :

- **Rugby fléchettes** : « ne manquez pas la cible »
- **Stand d'essai** et de précision
- **Joug de rugby, E-sport** : l'univers rugby ne s'arrête pas aux limites du terrain !
- 1 animation de **la flèche** de la basilique de Saint-Denis
- **Un espace photocal** pour immortaliser sa visite sur la RWC 2023
- **Un rodeo mécanique**

LES ATELIERS ONT PERMIS D'ACCUEILLIR CHAQUE JOUR ENTRE 600 ET 800 PERSONNES. AU TOTAL CE SONT PLUS DE 13 000 PERSONNES ENVIRON QUI ONT PARTICIPÉ AUX ANIMATIONS DU VILLAGE RUGBY SUR LA PÉRIODE.





PARTENARIATS ET PROGRAMME DE RELATIONS PUBLIQUES

UN HÂVRE DE PAIX HORS DU TEMPS

**L'ESPACE VIP A ÉTÉ ORGANISÉ EN PROXIMITÉ DU VILLAGE,
AU MUSÉE D'ART ET D'HISTOIRE PAUL ELUARD.**

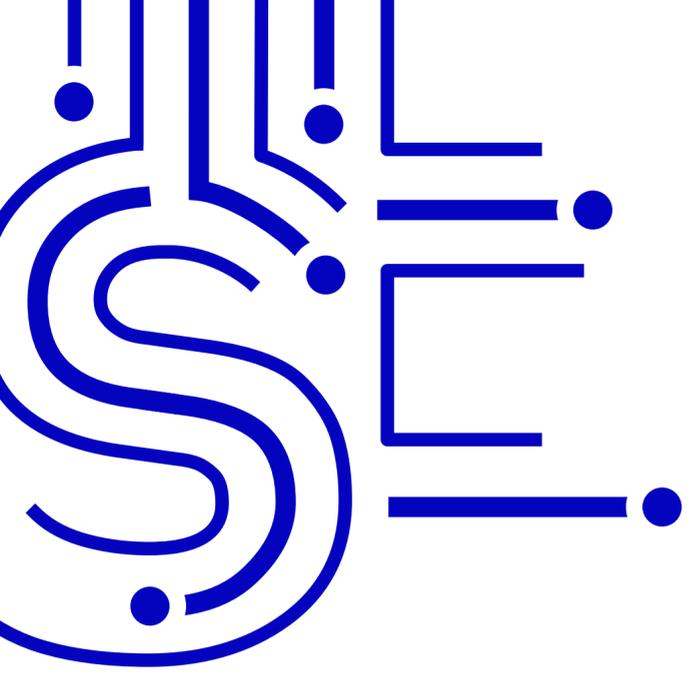
Son objectif était de permettre la rediffusion des matchs, d'organiser un espace d'hospitalités (food and beverage), de proposer une exposition culturelle, et de remettre éventuellement des billets pour le match du soir.

- Visite de personnalités : JoeyStarr ; Vegedream ; Rim'K ; de la Ministre des Sports ; de la Ministre du Tourisme, de la Culture, des Arts, de la Gaeltacht, des Sports et des Médias d'Irlande ; d'ambassadeurs et ambassadrices...
- Tentes de partenaires + équipes mobiles dans une logique d'aller-vers
- **Programmation par partenaire** : SYCTOM (avec équipes d'éco-animateurs), préfecture, police nationale, prévention sécurité routière...



BRAYO

SAINT-ÉTIENNE



SAINT-ÉTIENNE MÉTROPOLE

DÉTERMINATION ET SÉRÉNITÉ

Cette Coupe du Monde de Rugby 2023 entrera, à coup sûr, au panthéon des grandes événements sportifs internationaux organisés en France ces dernières années. Saint-Étienne Métropole s'est battue pour être retenue parmi les 9 collectivités hôtes de la compétition. L'effort se révèle gagnant.

D'abord, les retombées en termes d'image, retours presse et réseaux sociaux, sont immenses. De même que les retombées économiques pour notre Métropole, nos commerçants, nos restaurateurs, nos hôteliers, nos acteurs touristiques, qui seront, d'après les premiers retours, supérieures à nos attentes.

Ensuite, le concept de Village Rugby, que nous avons imaginé à Saint-Étienne et qui, précisons-le, a été conçu, organisé et piloté de A à Z en régie, par nos agents, a suscité l'adhésion et a trouvé son public.

L'idée était de proposer, en plus des retransmissions, des animations pour tous, et pas seulement les fans de sport et de rugby, afin que l'événement soit partagé, riche en ferveur et en émotions : un riche programme de concerts, un tournoi de esport, une plaine sportive avec la possibilité de s'initier au rugby, un espace dédié aux jeux en bois en libre accès, divers ateliers pour les enfants et les plus grands, une programmation de théâtre de rue... sans oublier un espace restauration niché sous les arbres du parc François-Mitterrand, des plus bucoliques.

Essai transformé ! Plus de 100 000 visiteurs, en cumulé, ont fréquenté le village dans une ambiance familiale et intergénérationnelle, les supporters étrangers se mêlant aux Stéphanois dans une magnifique atmosphère de fête.

Les équipes de Saint-Étienne Métropole ont démontré, encore une fois, leur savoir-faire et leurs compétences. D'autant qu'elles étaient accompagnées par une incroyable équipe de bénévoles : pas moins de 300 métropolitains, mobilisés pour l'accueil et l'orientation des délégations de supporters ou encore l'encadrement des animations du Village.

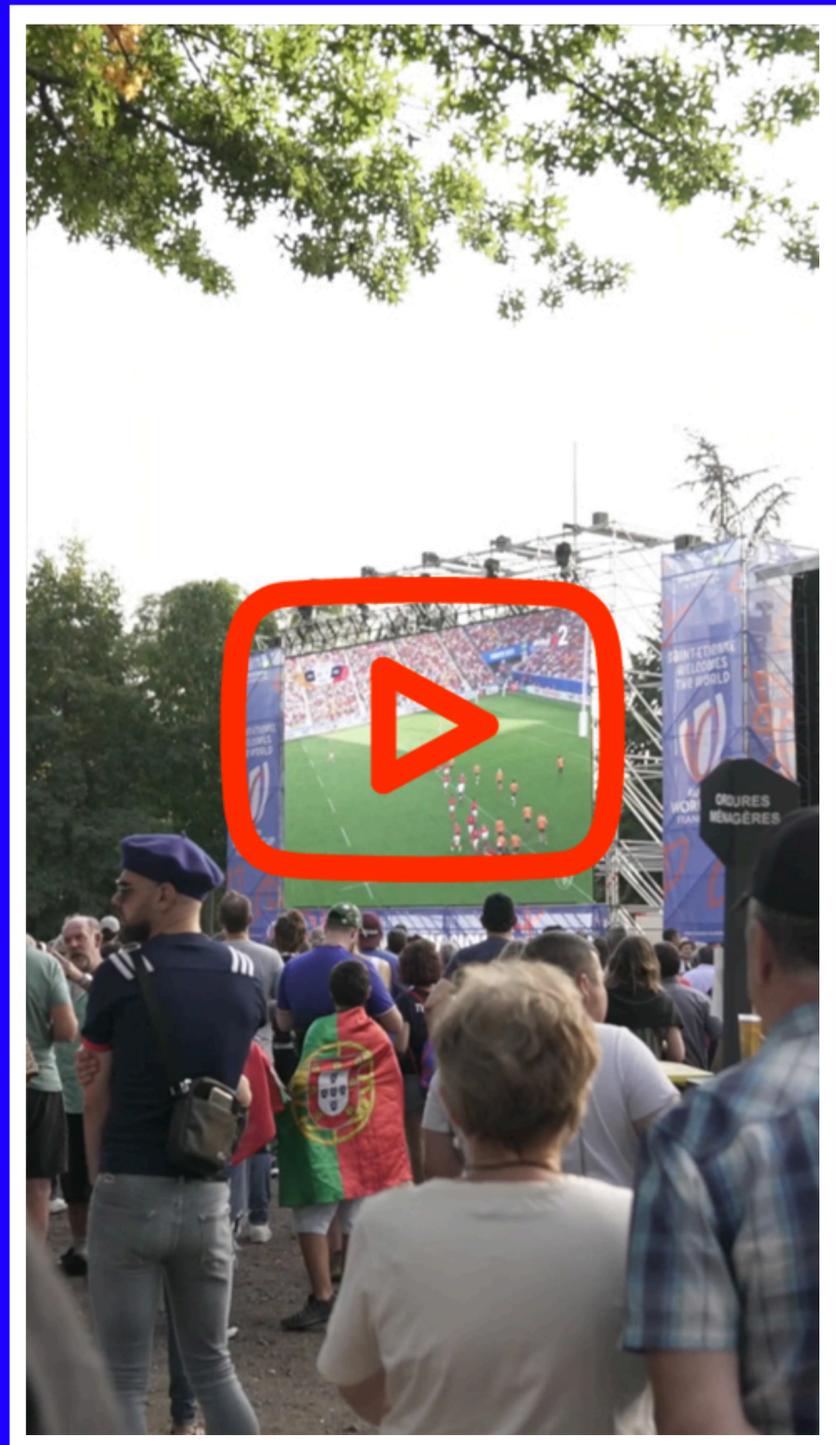
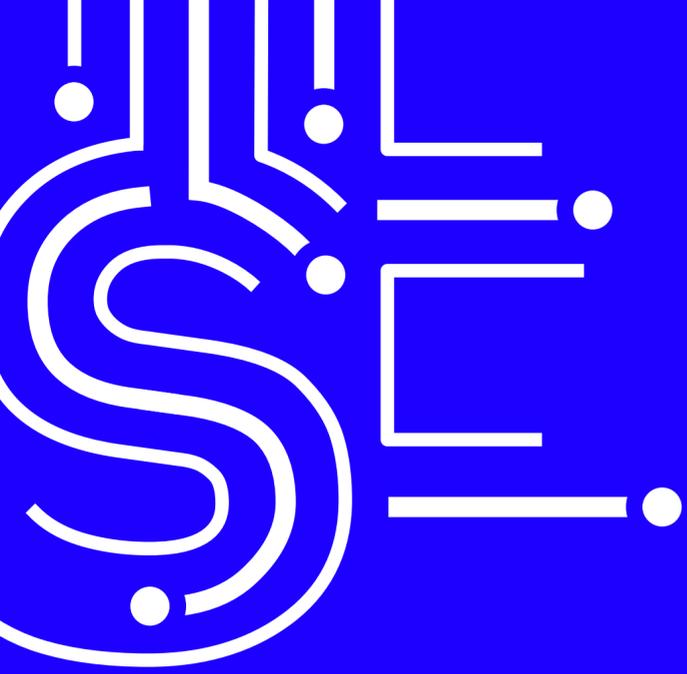
À l'heure du bilan, plusieurs sentiments m'animent, mais deux prédominent : la fierté, d'abord. La sérénité ensuite, à l'heure d'entrer en préparation pour les Jeux Olympiques et Paralympiques Paris 2024.



FRÉDÉRIC DURAND

Conseiller métropolitain en charge des grands événements à Saint-Étienne Métropole

“ **Essai transformé !
Plus de 100 000
visiteurs, ont fréquenté
le village dans une
ambiance familiale et
intergénérationnelle** ”





CHIFFRES-CLÉS



Parc François Mitterrand



20 000 m²



13 025
personnes/jour



91 178
personnes accueillies



1,7 M€
Estimation coût global Village

VILLAGE RUGBY DE SAINT-ÉTIENNE

TERRAIN DE VOS ÉMOTIONS

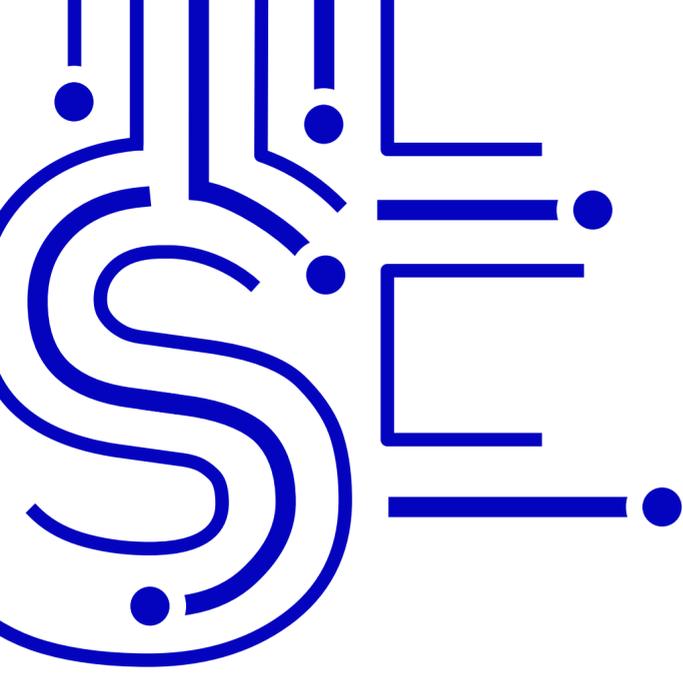
Le Village rugby a été conçu pour être attractif pour tous, mobilisant les familles, et les amoureux de sport au-delà du rugby. Situé parc François Mitterrand à proximité de la ville, le Village était accessible par les moyens de transport urbains.

- Il a accueilli l'immense Fête du Rugby avec un espace de 20 000m² alternant les retransmissions, les animations pour tous les âges, et une scène de concert pour prolonger la fête après les matchs.
- Une préparation très en amont a permis de mobiliser tous les acteurs du territoire.
- Le Village a été implanté dans un périmètre accessible à pied : à 15' de la gare de Saint-Étienne Châteaucreux et du Stade Geoffroy Guichard, à 20' du centre-ville. Ainsi, des fanwalks (cheminements piétonniers balisés) ont été mis en place les jours de matchs.



POINTS FORTS

- DES BÉNÉVOLES IMPLIQUÉS DANS LE PROGRAMME DE LA VILLE DE SAINT-ETIENNE, ET MOBILISÉS POUR LA RWC 2023
- UN IMMENSE ESPACE COUVERT POUR LA PRATIQUE DU RUGBY
- VÉRITABLE COMPACITÉ GARE-VILLAGE-STADE



ÉQUIPEMENTS ET INSTALLATIONS SPORTIVES

UN VILLAGE DE 20 000 M², EN ACCÈS LIBRE ET GRATUIT

- 1 écran géant de 90m²
- 1 scène couverte de 160m²
- 2 buvettes 700m²
- 6 food-trucks 120m²
- 1 halle couverte de 1.600m²
- Espaces animations de 2.500m²
- 1 terrain de Rugby en véritable pelouse
- 1 boutique officielle RWC 2023

UN VILLAGE ECO-RESPONSABLE

Plusieurs dispositifs en faveur de l'environnement ont été mis en place, et notamment :

- L'installation de toilettes sèches.
- Le recours à des fournisseurs locaux
- L'implication des acteurs de l'Économie Sociale et Solidaire dans l'organisation du Village
- L'installation de poubelles Bi-flux sur site
- La gratuité des transports pour les détenteurs de billets.

Enfin, les critères environnementaux ont été intégrés dans l'ensemble des marchés publics réalisés.



300 BÉNÉVOLES MOBILISÉS

Tous ont été formés aux gestes de premiers secours (PSC1), à l'accueil de publics en situation de handicap, et à la sécurité.



JAUGE DU VILLAGE
8 000



7 jours
d'ouverture



13 025
personnes/jour



91 178
personnes accueillies



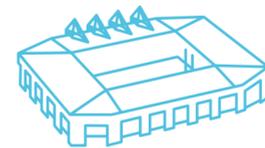
12 matchs
retransmis

FRÉQUENTATION

— ET PICS DE VISITEURS

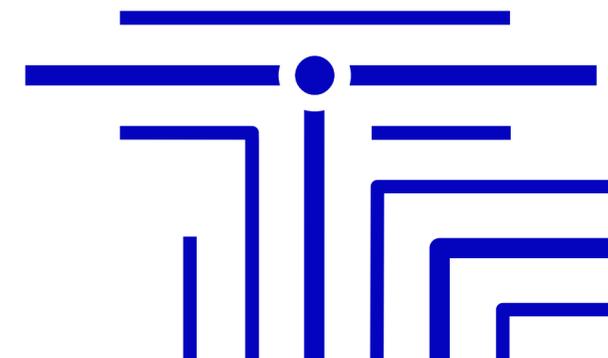


— CALENDRIER DES MATCHS —



4 MATCHS ORGANISÉS À SAINT-ÉTIENNE
principalement en fin d'après-midi

Samedi 9 septembre	13:00	A	Italie - Namibie
Dimanche 17 septembre	17:45	C	Australie - Fidji
Vendredi 22 septembre	17:45	D	Argentine - Samoa
Dimanche 1 ^{er} octobre	17:45	C	Australie - Portugal



LES ANIMATIONS

SAINT-ÉTIENNE A CHOISI DE PRÉSENTER DES ANIMATIONS LUDIQUES, PERMETTANT DE SÉDUIRE LES FAMILLES, LES JEUNES, SPORTIFS ET MOINS SPORTIFS.

- **Ainsi, pour les amateurs** : des parcours d'accrobranche, des challenges de dart rugby (cible géante), une cage interactive, un stand de tir, des combats de sumo
- Et **pour les plus jeunes**, des séances de babygym, un parcours motricité et un parcours gonflable ont complété les animations
- **Côté compétition**, de mini tournois sportifs pour les étudiants stéphanois et un tournoi de rugby à 5 ont été organisés.
- **Des démonstrations ont également été offertes** : de rugby freestyle, de haka et de show sportifs avec les Crazy Dunkers (basket acrobatique).

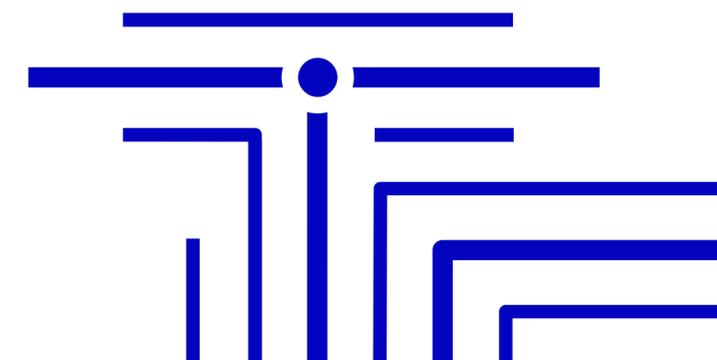
Se sont ajoutés au programme :

- Une compétition d'e-sport, la Maximus Cup, e-sports sur tablettes et ordinateurs, qui s'est déroulée pendant 7 jours avec une finale le 30 septembre
- Mais aussi 2 journées dédiées à l'emploi : pour les jobs numériques et 1 job dating
- Et des animations spéciales de prévention : sur la sécurité routière et contre le cancer du sein.

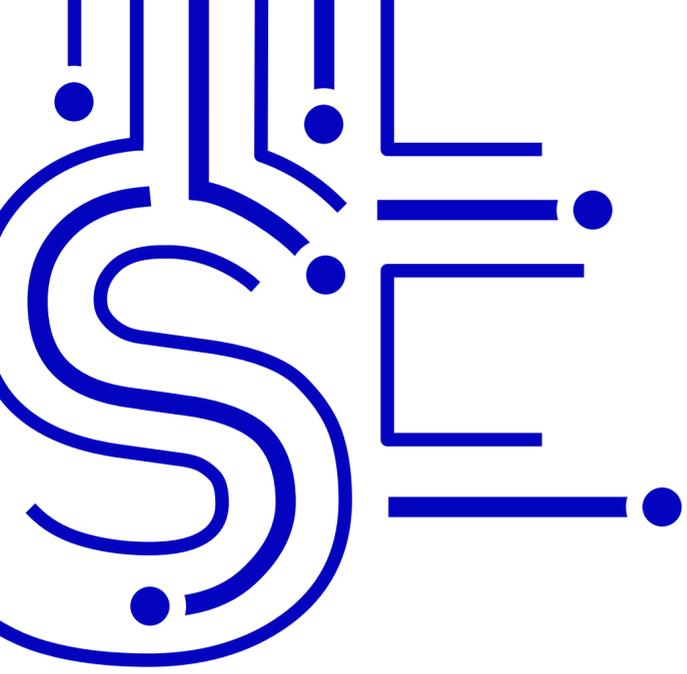


CÔTÉ CULTURE

12 concerts gratuits ont été proposés au public, ainsi que des animations de théâtre de rue, des danses, jeux, et marionnettes.



BRANDAVO TOULOUSE



LE MOT DU MAIRE

TOULOUSE, CAPITALE DE L'OVALIE

Toulouse, se devait de proposer un programme d'animation riche et ambitieux, pour que cette Coupe du Monde de Rugby en France et à Toulouse, soit une immense fête partagée par le plus grand nombre.

C'est dans cet état d'esprit que nous avons ouvert le plus grand Village Rugby de France, accessible et gratuit. Dès le 8 septembre et l'ouverture de la Coupe du Monde, nous avons su accueillir 40 000 personnes sur cet espace vert situé en bord de Garonne.

Pour proposer aux supporters Toulousains un véritable Village Rugby plutôt qu'une simple fan zone, nous avons fait le choix de travailler avec des professionnels de l'évènementiel pour un accueil tout aussi qualitatif que festif, avec des animations pour toutes les générations.

Pour que chacun puisse profiter de l'évènement, nous avons également travaillé avec les publics en situation de handicap afin de faciliter l'accessibilité du site, de créer des espaces dédiés aux personnes à mobilité réduite, de proposer de l'audio description et chose inédite un Stand dédié à la prévention à la fois in situ mais également en maraude sur le Village.

Nous avons ainsi pensé un programme pluriel, varié, résolument populaire, à Toulouse et dans les autres communes de la Métropole avec des nocturnes de marchés, des expositions consacrées au rugby, un grand concert de l'Orchestre national du Capitole en plein air, un tournoi entre les clubs de la Métropole ou encore l'accueil des équipes sur les sites de Colomiers et Blagnac, par exemple.

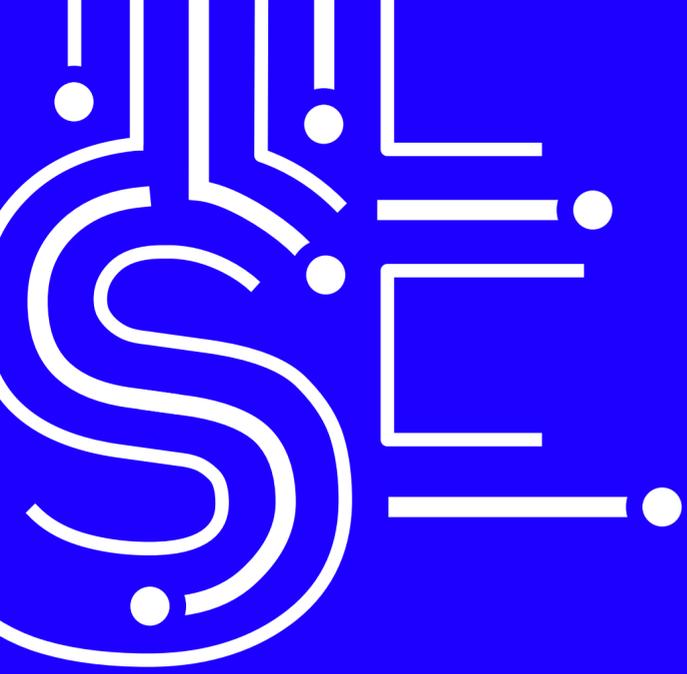
Déjà élue meilleure ville hôte par les supporters, en 2016, lors de l'Euro de football, Toulouse a à cœur de perpétuer cette tradition d'accueil et la Convivencia, inscrite dans son ADN.



JEAN-LUC MOUDENC

Maire de Toulouse et Président de Toulouse Metropole

“ Plutôt qu'une simple fan zone, nous avons fait le choix de travailler avec des professionnels de l'évènementiel pour un accueil tout aussi qualitatif que festif ”



[← Retour au sommaire des villes](#)

129





LA FÊTE DU RUGBY

ACCESSIBLE AU PLUS GRAND NOMBRE DANS UN ESPRIT DE « CONVIVENCIA »

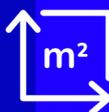
- Le Village Rugby de Toulouse a été conçu en partenariat avec tous les acteurs locaux pour faire connaître et partager la passion du rugby avec le plus grand nombre.
- Il s'agissait d'accueillir et de guider au mieux les supporters venant de partout et de proposer différentes animations au cœur du Village pour satisfaire tous les âges et toutes les envies.



CHIFFRES=CLÉS



Prairie des Filtres



60 000 m²



215 839

personnes accueillies

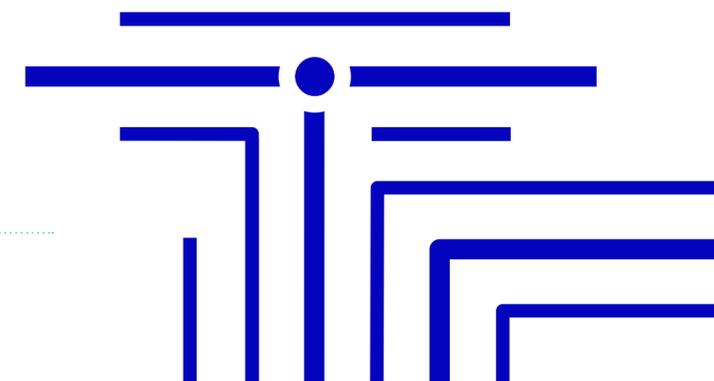


2 M€

Estimation coût global Village

POINTS FORTS

- ESPACE MODULAIRE CAPABLE DE PASSER DE 10 000 À 40 000 VISITEURS POUR DEVENIR UNE FAN ZONE GÉANTE
- UN ESPACE VIP EXCEPTIONNEL, PLACÉ EN BORD DE GARONNE



ÉQUIPEMENTS ET INSTALLATIONS SPORTIVES

Le Village a été implanté à la Prairie des Filtres, en plein centre-ville au bord de la Garonne, et ouvert durant 20 jours (toutes les fins de semaine sauf les 1^{er} et 2 octobre).

4 ZONES ONT STRUCTURÉ LE VILLAGE DE TOULOUSE :

- **La zone Arena** : ouverte exclusivement pour la retransmission des matchs joués à Toulouse et matchs du XV de France sur écran géant. Capacité : 30 000 personnes. Dotée d'un écran géant de 100 m² et d'une scène.
- **La zone animations** : 5 à 6 jeux gonflables (cibles géantes, égalizer rugby, ventriglisse) avec un ballon de rugby géant Métropole de Toulouse, terrain de rugby, buvettes, vestiaires.
- **La zone détente – zone Chill** : restauration, transats, buvettes, food trucks, un écran DJ... Capacité : 10 000 personnes. Ecran 45 m² pour la retransmission de tous les matchs de la Coupe du monde.
- **La zone club house** pour l'espace VIP et partenaires.



**TOULOUSE RESTERA COMME LA PLUS GRANDE FAN ZONE DE FRANCE
AVEC UNE SURFACE DU VILLAGE DE 60 000 M²**



COUPE DU MONDE RUGBY FRANCE 2023 | **TOULOUSE** MÉTROPOLE HÔTE

← PONT SAINT-MICHEL

PONT NEUF →

RESTAURATION
Food & Beverage

ANIMATIONS
Playground

ZÔNE DÉTENTE
Chill-out Zone

ZÔNE ARENA
Viewing Area

ZÔNE VIP
VIP Area

ÉCRAN VIP
VIP Screen

GRAND ÉCRAN
Big Screen

BEACH RUGBY

CIBLE RUGBY
Rugby Target

VENTRIGLISSE
Slip-and-Slide

EQUALIZER DOS À DOS
Equalizer Back to Back

EQUALIZER CÔTE À CÔTE
Equalizer Side by Side

BOUTIQUE OFFICIELLE
Official Store

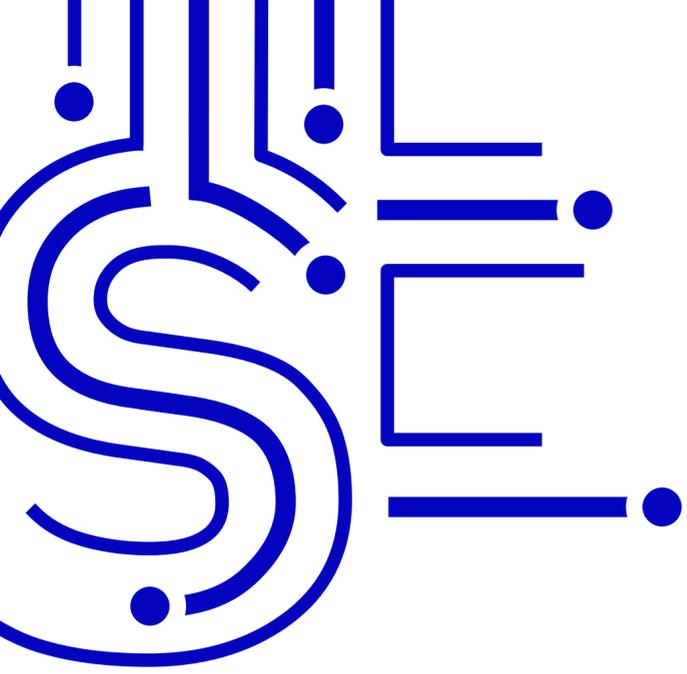
TOULOUSE
MÉTROPOLE

MAQUILLAGE
Makeup

ÉCRAN
Screen

- TOILETTES / Toilets
- ZONE PMR / PSH
Accessible Zone
- POINTS D'EAU
Water Spots
- SECOURS / First Aid
- BUVETTES / Bar
- FOODTRUCKS

- ORANGE
- SOCIÉTÉ GÉNÉRALE
- ASSOCIATION SÉCURITÉ
ROUTIÈRE / Road Safety Association
- STAND PRÉVENTION
Prevention Stand
- CABINES SENSORIELLES
Sensory Cabins



DÉVELOPPEMENT DURABLE

UN GRAND VILLAGE ÉCORESPONSABLE ET TOUJOURS PROPRE

DE NOMBREUSES ACTIONS ONT ÉTÉ MISES EN PLACE :

- **Actions de sensibilisation, avec la Journée World Cleanup day** : « green walk » sur le parcours de la gare au stade
- **L'emploi d'articles recyclés**
- **La valorisation des déchets alimentaires** et le tri sélectif
- **La mise à disposition de cendriers ludiques au nom des équipes de rugby** : faire voter avec un cendrier (à poser dans des espaces marqués). En complément, des cendriers de poche ont été distribués.

CE DISPOSITIF A ÉTÉ PORTÉ PAR UN PERSONNEL DÉDIÉ POUR MAINTENIR LE SITE PROPRE.



150 BÉNÉVOLES MOBILISÉS

Une équipe mixte, inclusive et intergénérationnelle. La majorité parlait l'anglais et certains parlaient le japonais pour l'accueil des supporters, et des joueurs dont le camp de base était établi à Toulouse.

- Pour les visiteurs en situation de handicap, le Village a garanti un accès PMR et la retransmission en audiodescription.
- Une plateforme de signalétique adaptée pour les non-voyants et des cabines sensorielles ont également été installées.
- Un stand dédié à la prévention des risques et des violences a été implanté au sein du Village.
- Un stand de l'agence d'attractivité pour informer les supporters des atouts de la métropole



JAUGE DU VILLAGE
40 000



16 jours
d'ouverture



215 839
personnes accueillies



13 matchs
retransmis

FRÉQUENTATION

— ET PICS DE VISITEURS

PLUS DE 40 000 PERSONNES EN INSTANTANÉ POUR LE MATCH D'OUVERTURE



— CALENDRIER DES MATCHS —



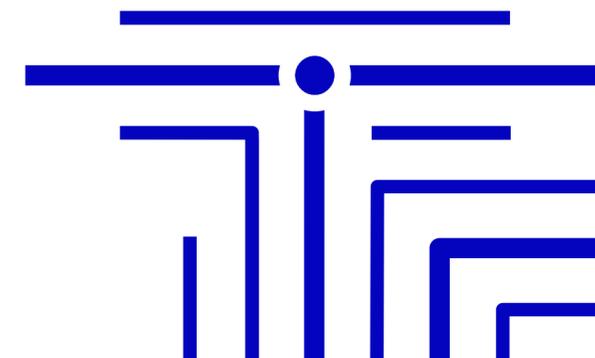
5 MATCHS ORGANISÉS À TOULOUSE

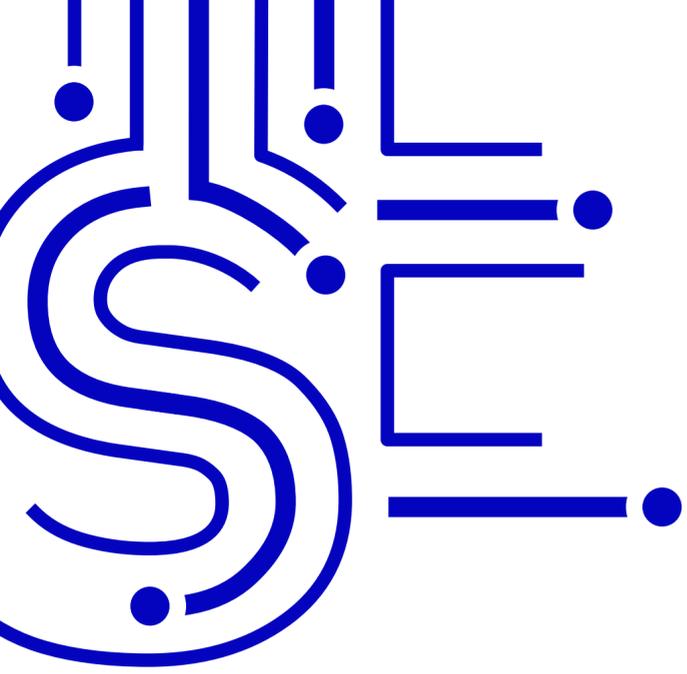
dont 3 en soirée

Dimanche 10 septembre	13:00	D	Japon - Chili
Vendredi 15 septembre	21:00	A	Nouvelle-Zélande - Namibie
Samedi 23 septembre	14:00	C	Géorgie - Portugal
Jeudi 28 septembre	21:00	D	Japon - Samoa
Dimanche 8 octobre	21:00	C	Fidji - Portugal



TOUS LES MATCHS JOUÉS AU STADE DE TOULOUSE ONT ÉTÉ RETRANSMIS EN DIRECT, AINSI QUE PRATIQUEMENT TOUS LES MATCHS DE LA COUPE DU MONDE DE RUGBY





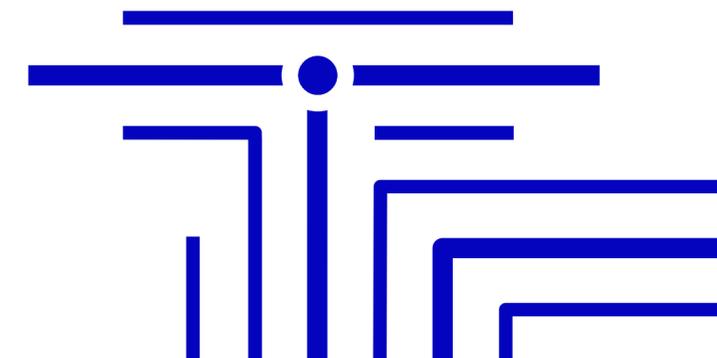
MOBILITÉ

UNE CENTRALITÉ PLEINE D'ATOUTS

LE VILLAGE ÉTAIT :

- Situé à 5 minutes de l'hyper centre pour drainer une population large
- Se trouvait à 25 minutes à pied du Stadium
- Très facile d'accès en transports en commun
- 2 parcs à vélos gardiennés placés à proximité du Village

Les mobilités douces ont été favorisées par la Ville de Toulouse pour accéder au Village, et un Fan walk, itinéraire animé pour les supporters entre la gare, le Village et le Stadium les jours de matchs a été largement plébiscité.



LE MARCHÉ RUGBY

AU SOUTIEN DES PRODUCTEURS LOCAUX

- Le marché des producteurs locaux a été installé en dehors du Village, au centre-ville, et ouvert les 5 jours de matchs joués à Toulouse.
- Il a été assez difficile de mobiliser des exposants, malgré un enthousiasme des professionnels lors de l'inscription.

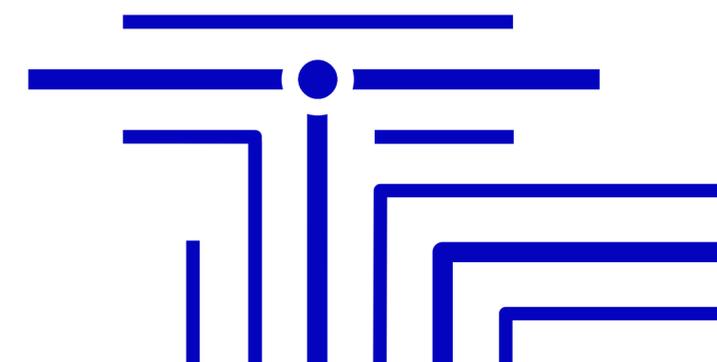


5 JOURS
D'OUVERTURE

LES ANIMATIONS

PARTAGER UN MOMENT DE CONVIVIALITÉ EN FAMILLE, ENTRE AMIS ET AVEC LES SUPPORTERS

- La journée d'ouverture a fait l'objet d'une programmation **exceptionnelle** avec un spectacle de drones et la clôture de la soirée animée par le DJ Feder.
- **Durant toute la période de compétition, Toulouse a souhaité proposer « des signatures de l'Ovalie »**, avec pour les matchs de l'équipe de France, le Village animé par Sébastien Dupuis, présentateur et commentateur sportif sur Canal+ accompagné par un consultant sportif ou un ancien joueur avant chaque match, tels que Ugo Mola, Jean Bouilhou, Clément Poitrenaud et Virgile Lacombe. Et en présence de la légende du rugby devenue chanteur, l'Argentin Omar Hasan.
- **Pour la dimension ludique**, des jeux gonflables et des animations avec 5 animateurs permanents ont été proposés en accès libre.



- **La mascotte Toulouse Terre de Rugby** est venue participer aux différentes animations sur et en dehors du Village durant toute la compétition.
- **Un grand concert a été donné le 16 septembre** par l'orchestre national du Capitole sur la place du Capitole pour faire la promotion de la Coupe du Monde. Il a réuni 6 000 spectateurs.
- Pour le rugby, **le terrain de beach rugby a été proposé en accès libre** et également mis à la disposition des associations, des écoles, et des centres sociaux.
- Après l'annulation des hymnes avant les matchs dans le stade, les écoles qui s'étaient préparées sont venues le 28 septembre chanter les hymnes des pays hôtes au Village.
- **Pour saluer particulièrement la présence de l'équipe du Japon à Toulouse**, son camp de base, le Village a offert un spectacle de tambours japonais, organisé avec l'Ambassade. Des guides du supporter étaient remis en français, anglais, japonais.



HORS LES MURS

- **Un grand concert a été donné le 16 septembre** par l'orchestre national du Capitole sur la place du Capitole pour faire la promotion de la Coupe du Monde.
- **Une Fan Embassy à destination des fans des équipes étrangères** véritable espace d'accueil et d'animations en centre-ville en partenariat avec les services municipaux, musées, bibliothèque...
- **Le Fan Walk, itinéraire piéton, représentait en soi un lieu d'attraction, avec un tracé jalonné lors des 5 matchs à Toulouse, par des animations différentes** : circassiens, bandas, fanfares, échassiers, spectacles de rue.

LE RUGBY STU



TOULOUSE
MÉTROPOLE HÔTE



← Retour au sommaire des villes

139

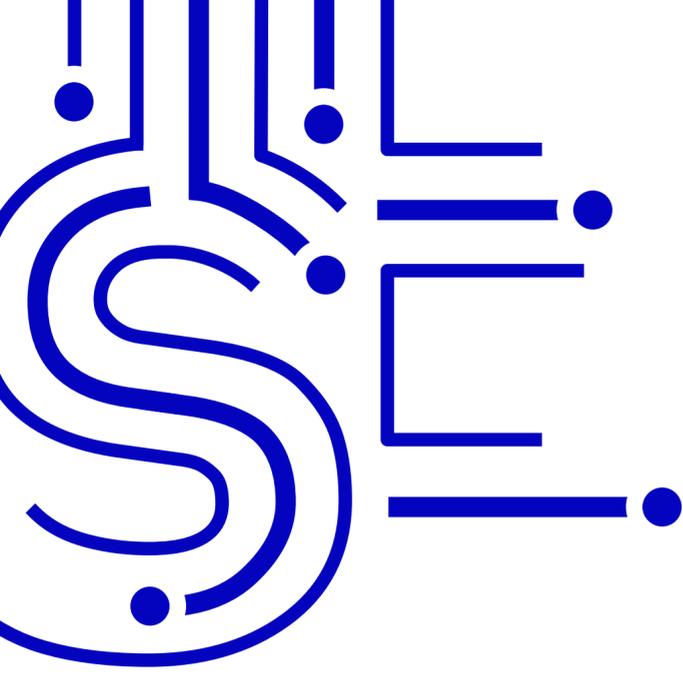


PARTENARIATS ET PROGRAMME DE RELATIONS PUBLIQUES

UNE SITE EXCEPTIONNEL AVEC DE NOMBREUX ESPACES ACTIVÉS

- La zone House, espace VIP du Village permettant d'accueillir 350 personnes le jour de son ouverture. A chaque match de l'équipe de France, l'espace était commercialisable par les entreprises.
- 3 stands : Orange, Société Générale et Totalenergies pour une action de prévention routière
- Une table « du président », à l'instar des après match a été installée en marge de l'espace VIP, avec un menu proposé par le chef étoilé Stéphane Tournié.





DIRECTION DE LA PUBLICATION

Antoine Chines

Territoires d'Événement Sportifs
contact@territoiresdevenementssportifs.com

RÉDACTION ET RÉALISATION

Xavier Le Saux

Sport Intelligence
xlesaux@sport-intelligence.fr

CRÉDIT PHOTOS : Sport Intelligence

CRÉDIT PHOTOS SPÉCIFIQUES :

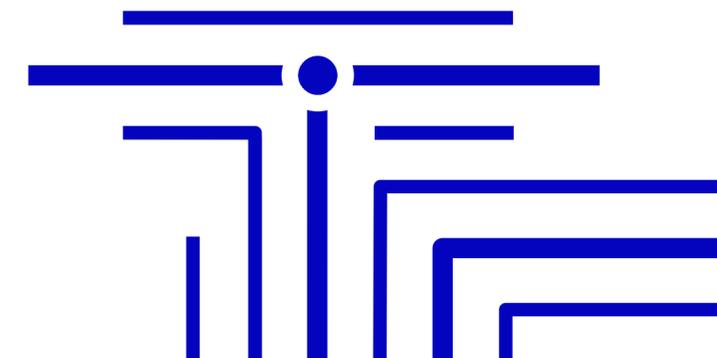
Par page de gauche à droite

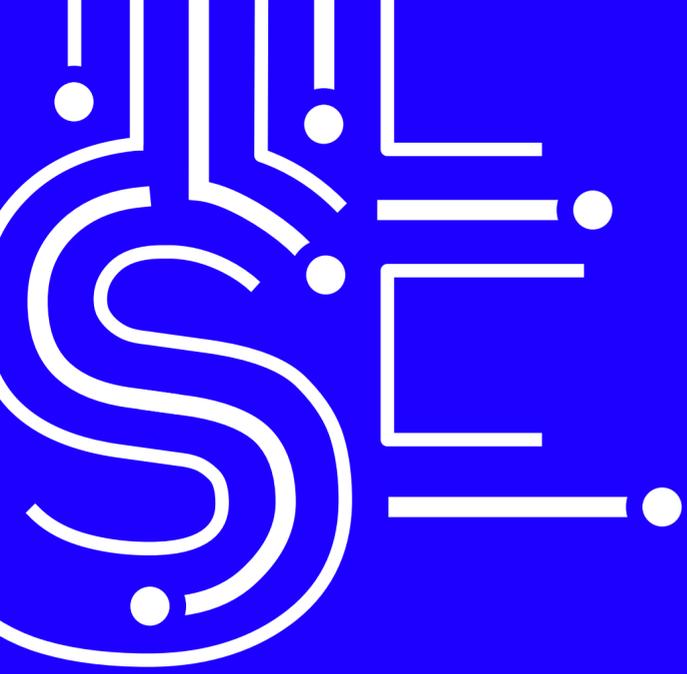
Couverture : Ville de Lyon - Page 2 : Aïman SAAD ELLAOUI / Ville de Saint-Denis - Page 4 : RWC France 2023 / Getty images Page 7 : YMB - Page 8 : Sport Intelligence / Saint-Étienne Métropole / Louis Perrin - Page 9 : Ville de Lyon - Page 12 : Florian Chastre - Page 14 : Pascal Segrette - Page 16 : Florian Chastre - Page 17 : Florian Chastre - Jeremy Suchet - Page 19 : Jeremy Suchet - Page 21 : Saint-Etienne Métropole / Pierre Grasset - Page 22 : Saint-Étienne Métropole / Louis Perrin - Page 23 : Jolan Pery - Page 24 : Jeremy Suchet - Page 25 : Pascal Segrette / YMB - Page 26 : Shutterstock : Eo naya / sdecoret / prochasson frederic / Vincent Ducheman / saiko3p / trabantos / saiko3p / Petr Kovalenkov / Ville de Saint-Etienne / Laqueyrie Arnaud - Page 28 : Ville de Mérignac - Page 30, 34 : Bordeaux Métropole - Page 39 : Shutterstock / uslatar - Page 40 : Métropole Européenne de Lille - Page 43 : Métropole Européenne de Lille - Page 45, 46, 47, 48 : Métropole Européenne de Lille - Page 50 : Métropole de Lyon - Page 52 : Ville de Lyon - Page 63 : Ville de Marseille - Page 69 : Ville de Marseille - Page 71 : Nantes Métropole - Page 83 : Joao Pedro Correia - Page 85, 88, 90 : Pascal Segrette - Page 91 : Sport Intelligence / Pascal Segrette - Page 94 : Mairie de Paris - Page 96 : Jeremy Suchet / DR - Page 97 : Florian Chastre / Jeremy Suchet - Page 98 : Jolan Pery / Jeremy Suchet - Page 99 : Jolan Pery / Jeremy Suchet - Page 100 : Jolan Pery / Jeremy Suchet - Page 101 : Hadrien Picard / Florian Chastre - Page 102 : DR / Jolan Pery - Page 103 : Florian Chastre / Jeremy Suchet - Page 104 : Hadrien Picard / Jeremy Suchet / Jolan Pery - Page 105 : Jeremy Suchet - Page 106 : Florian Chastre - Page 107 : Julien Blanc / DR - Page 108 : Jolan Pery / Julien Blanc - Page 110 : Aïman SAAD ELLAOUI / Ville de Saint-Denis Page 113, 114 : Yann MAMBERT - Page 116 : Raphael Fournier / Aïman SAAD ELLAOUI - Page 118 : Yann MAMBERT - Page 119 : Sport Intelligence / Yann MAMBERT - Page 121 : Saint-Etienne Métropole - Page 125 : Saint-Etienne Métropole - Fabrice Roure / Saint-Étienne Métropole - Louis Perrin - Page 126 : Saint-Etienne Métropole / Pierre Grasset - Page 128 : DR - Page 135 : Sport Intelligence / P.Nin - Page 137 : P.Nin / Sport Intelligence - Page 139 : P.Nin / Agence PGO

TERRITOIRES D'ÉVÉNEMENTS SPORTIFS

2, place du Caquet
93 200 SAINT-DENIS
<https://territoiresdevenementssportifs.com>

Novembre 2023





**TERRITOIRES
D'ÉVÉNEMENTS
SPORTIFS.**

