

FINALES NATIONALES D'ENDURANCE JEUNES CHEVAUX

ETUDE D'IMPACT ECONOMIQUE, SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL

L'endurance équestre se caractérise par des épreuves d'extérieur courues à vitesse imposée ou libre sur un itinéraire balisé. Entre 4 et 6 ans, les chevaux sont valorisés sur un circuit Jeunes Chevaux, clôturé par les Finales nationales d'endurance Jeunes Chevaux, qui se déroulent chaque année à Uzès, en Octobre. Les épreuves sont de 20, 60 et 90 km. L'événement est organisé par la Société Hippique d'Uzès (SHU) en partenariat avec le Haras national d'Uzès, et supervisé par la Société Hippique Française (SHF).

Du 11 au 14 octobre 2013, les Finales d'endurance Jeunes Chevaux ont connu à l'occasion de leur 20^{ème} anniversaire un record de participation : 696 chevaux ont couru sur les pistes du Pays d'Uzès.

26 exposants

**117 bénévoles/
employés**

403 spectateurs

Budget d'organisation : 167 530 €

**Impact économique pour la
région Languedoc-Roussillon :
485 000 €**

696 chevaux

**562 participants
1405 accompagnateurs**



Photo : Karine Renard, IFCE

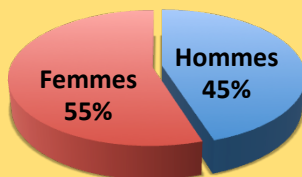
Ce document a pour objectif de présenter les résultats d'une étude d'impact économique, social et environnemental des Finales nationales d'endurance Jeunes Chevaux 2013 à Uzès. Cette recherche est menée en partenariat par l'Institut Français du Cheval et de l'Équitation (IFCE), l'Institut National de la Recherche Agronomique (INRA), l'Université et le Centre de Droit et d'Économie du Sport (CDES) de Limoges et l'Institut national de Recherche en Sciences et Technologies pour l'Environnement et l'Agriculture (IRSTEA ; anciennement Cemagref) de Clermont-Ferrand.

LES PARTICIPANTS/ ACCOMPAGNATEURS

Famille, amis, entraîneurs, assistants,
propriétaires de chevaux participant à la
compétition

562 ET 696
PARTICIPANTS CHEVAUX
1 405
ACCOMPAGNATEURS
220
ENQUÊTES

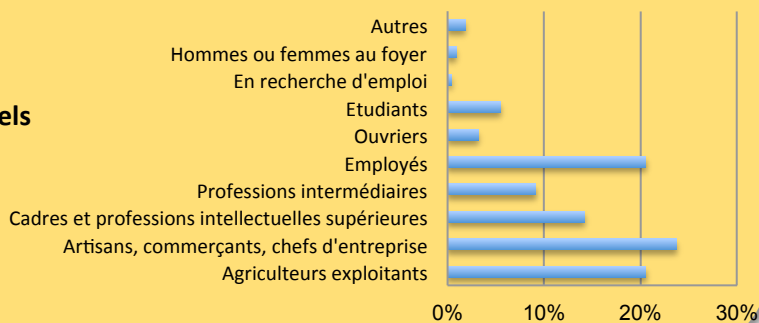
PROFIL



53% d'amateurs et
42% de professionnels
du monde du cheval

En moyenne **1,5**
accompagnateurs
par participant.

Catégories socio-professionnelles :



ORIGINE

21% des participants/accompagnateurs viennent
de la région Languedoc-Roussillon.

Pour le reste, les participants/accompagnateurs
viennent de toute la France (Rhône-Alpes (15%),
Midi-Pyrénées (15%)...)

MOTIF DE LA VENUE

97%

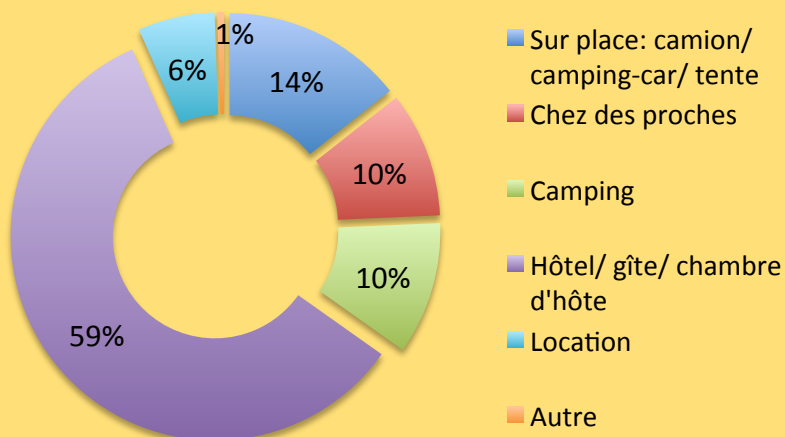
DES PARTICIPANTS / ACCOMPAGNATEURS
SE SONT DEPLACES A UZES UNIQUEMENT
POUR LA MANIFESTATION

SEJOUR

Les moyens de transport les plus utilisés sont le **camion/ véhicule lourd/ voiture + van** (68%) et la
voiture (31%).

Ils restent en moyenne **4 jours** à Uzès ou dans ses proches environs.

Ils logent principalement à l'hôtel, en gîte ou en chambre d'hôte (59%) :



Mode d'hébergement des
participants/accompagnateurs

LES SPECTATEURS

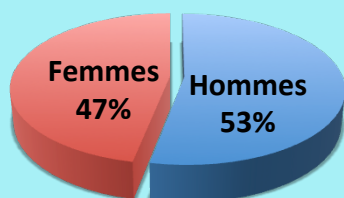
403

SPECTATEURS

126

ENQUÊTES

PROFIL



AGE MOYEN des enquêtés : **49 ans**

28% de retraités

54% de cavaliers ou connaisseurs

21% de professionnels du monde du cheval

25% de néophytes (non connaisseurs du cheval)

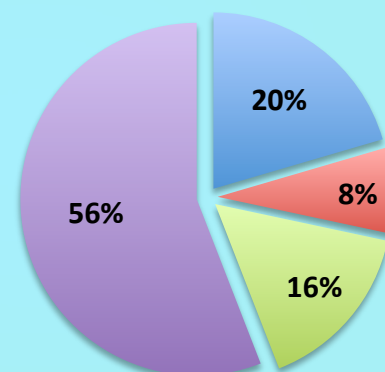
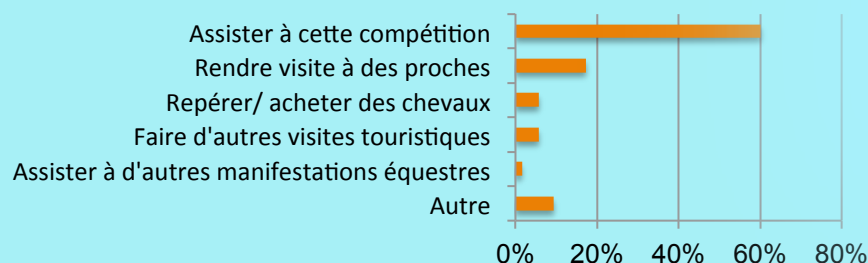
ORIGINE

10% d'étrangers : Portugal, Qatar, Emirats-Arabes Unis, Argentine, Malaisie mais aussi Allemagne, Belgique, Suisse, Espagne...

La majorité des spectateurs français viennent du Languedoc-Roussillon (**63%**)

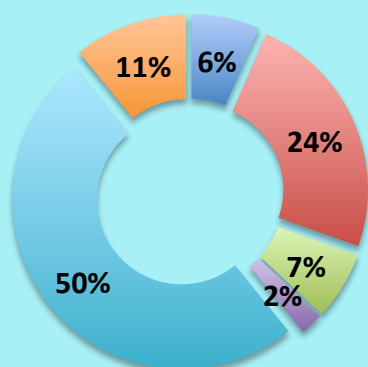
MOTIF DE LA VENUE

- Habitent à Uzès
- Seraient venus à Uzès à cette même date
- Seraient venus à Uzès à une autre date
- Le déplacement est principalement dédié à la manifestation



SEJOUR

Les spectateurs viennent sur le site **EN VOITURE** et **67%** d'entre eux **viennent depuis leur domicile pour la journée**. Pour ceux qui **restent plusieurs jours**, ils séjournent en moyenne **3 jours** dans la Communauté de Commune Pays d'Uzès.



Mode d'hébergement des spectateurs

- Sur place: camion/ camping-car/ tente
- Chez des proches
- Résidence secondaire
- Camping
- Hôtel/ gîte/ chambre d'hôte
- Location

LES BENEVOLES/ EMPLOYES

117

BENEVOLES/ EMPLOYES

17

ENQUÊTES

PROFIL

- 13 vétérinaires,
- 13 jurys,
- 1 CDD de 4 mois,
- 47 bénévoles de la Société Hippique d'Uzès,
- 11 agents du Haras national d'Uzès,
- 26 bénévoles de l'Ecole de Gardes à Cheval de Soisson,
- Et aussi... plusieurs classes de la Maison Familiale Rurale de Vézénobres et du lycée agricole de Tricastin Baronnie.

ORIGINE

La majorité des bénévoles/ employés viennent du Languedoc-Roussillon **(58%)**

Les vétérinaires et jurys viennent de la France entière mais aussi de l'étranger (Portugal, Qatar...)

*AGE MOYEN des enquêtés (hors élèves et étudiants) : **48 ans***

SEJOUR

Logement

- Les frais de logement des vétérinaires et jurys sont pris en charge par l'organisation. Ceux-ci dorment à l'hôtel.
- Les bénévoles de la SHU qui le souhaitent peuvent être logés dans le gîte SHU sur le site du Haras national d'Uzès.
- Le logement des élèves de l'Ecole de Gardes à Cheval de Soisson est aussi pris en charge, ceux-ci logent en gîte.
- Pour les autres (agents du Haras national d'Uzès, élèves de la MFR de Vézénobre et du lycée agricole de Tricastin Baronnie), étant principalement originaire de la région, ils rentrent chez eux le soir.

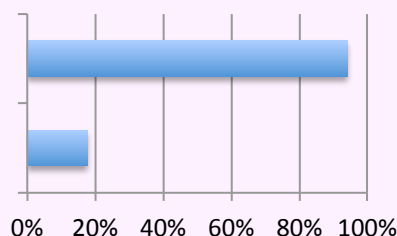
Toutes les réservations de l'organisation ont été effectuées dans des hôtels de la Communauté de Communes Pays d'Uzès.

Repas

Tous les bénévoles/employés se voyaient remettre chaque jour une enveloppe permettant d'obtenir auprès du restaurateur le repas du midi du self bénévoles ou bien un sandwich (chaud ou froid), deux crêpes ou cafés et deux boissons.

MOTIF DE LA VENUE

Travailler/ Assister à cette compétition
Faire d'autres visites touristiques



LES EXPOSANTS

26
EXPOSANTS

16
ENQUÊTES

PROFIL

75% sont des artisans, commerçants, chefs d'entreprise, et 19% des employés technico-commerciaux

AGE MOYEN des enquêtés :
42 ans

ORIGINE

30% des exposants viennent du **Languedoc-Roussillon**. Les autres viennent de la France entière (Midi-Pyrénées (20%), PACA (10%))

MOTIF DE LA VENUE

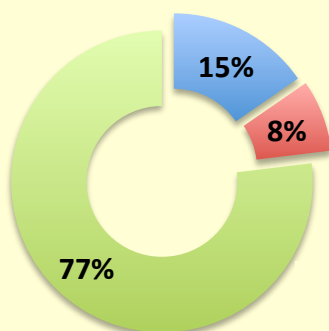
88 % des exposants sont venus à Uzès pour la manifestation.

SEJOUR

Les moyens de transport les plus utilisés sont le **camion/ véhicule lourd/ voiture + van** (63%) et la **voiture** (31%).

Ceux qui partent plusieurs jours de leur domicile permanent (75%) restent en moyenne **5 jours et 4 nuits** à Uzès ou dans ses proches environs.

Ils logent principalement à l'hôtel, en gîte ou en chambre d'hôte (77%) :



■ Sur place: camion/ camping-car/ tente

■ Camping

■ Hôtel/ gîte/ chambre d'hôte nuit

Mode d'hébergement des exposants

LE GROUPE RESTAURATION

1
RESTAURATEUR

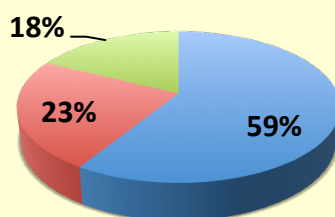
2 entreprises associées :

- 2 gérants
- 17 employés

ORIGINE DES EMPLOYÉS

SEJOUR

Les employés rentent chez eux le soir, ou bien dorment en camping car (5), dans la tente restauration, ou encore à Montaren dans la maison de l'un des gérants (6).



■ Communauté de Communes Pays d'Uzès

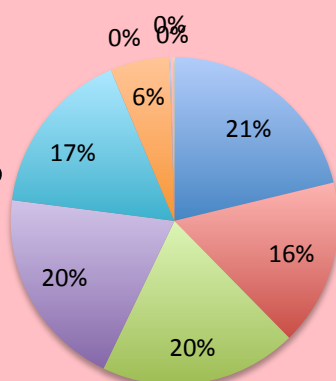
■ reste du Languedoc-Roussillon

■ Bourgogne

DEPENSES

PARTICIPANTS/ ACCOMPAGNATEURS

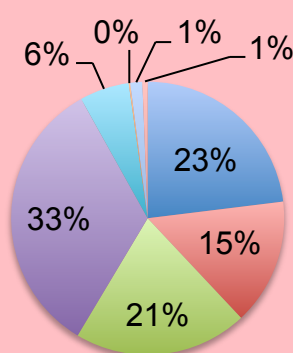
La dépense moyenne en lien avec la manifestation est de
315 €/ personne



- Transport aller-retour
- Logement
- Nourriture (restauration, bar, courses alimentaires..)
- Dépenses équestres (engagements, box, nourriture, fourrage)
- Achats dans des stands sur ce site (sellerie, équipements)
- Achats complémentaires (souvenirs, journaux, produits locaux..)
- Sorties, divertissements (cinéma..)

SPECTATEURS

La dépense moyenne en lien avec la manifestation est de
170 €/ personne



- Transport aller-retour
- Logement
- Nourriture (restauration, bar, courses alimentaires..)
- Achats dans des stands sur ce site (sellerie, équipements)
- Achats complémentaires (souvenirs, journaux, produits locaux..)
- Sorties, divertissements (cinéma..)
- Tourisme

IMPACT ECONOMIQUE

Territoire d'étude	Injection Brute	Injection Nette	Impact total
Communauté de Communes Pays d'Uzès	347 499 €	173 749 €	299 196 €
Région Languedoc-Roussillon	395 082 €	238 985 €	485 202 €

Le calcul d'impact économique repose sur une réhabilitation de la théorie de la base. Cette prise en compte de toutes les injections et fuites monétaires sur le territoire nécessite l'évaluation de la comptabilité de l'événement, mais également le comptage des différents publics présents, l'étude de leurs dépenses (effectuée par enquêtes durant l'événement) et l'évaluation de l'effet multiplicateur de l'argent ainsi injecté sur le territoire^{1,2}.

Injection brute = effets directs (financements pour l'organisation et profits générés par la manifestation) et indirects de l'événement (dépenses intermédiaires faites par les entreprises pour répondre aux besoins de la manifestation).

Injection nette = Injection brute - fuites (argent qui ressort du territoire).

Impact total = Injection nette + effets induits (effet multiplicateur (boule de neige) de l'argent injecté dans le territoire grâce à la manifestation).

1 : Barget, E., Gouguet, J.J., 2010. Evénements sportifs – Impact économique et social. De Boeck, 462 p.

2 : Barget, E., 2012. L'évaluation économique du spectacle sportif : principes méthodologiques, Tome 1, Sarrebruck, Allemagne, mars 2012, 307 p.

ASPECTS QUALITATIFS

VENTES DE CHEVAUX

DES VENTES DUES À L'ÉVÉNEMENT ?

Il est très délicat d'attribuer une vente à l'événement.

L'événement peut être comparé à un « **hypermarché du cheval d'endurance** ». Il s'agit sans doute du plus important rassemblement de jeunes chevaux d'endurance au monde. Il constitue une immense **vitrine** permettant aux acheteurs de repérer et comparer les chevaux sans avoir à effectuer de grandes distances pour visiter les élevages.

Par ailleurs, les ventes de chevaux dues aux Finales ne s'arrêtent pas aux ventes signées *pendant* l'événement. En effet, **certains élevages se distinguent** lors de ces quatre jours, ce qui leur permet d'être **suivis** par certains courtiers et acheteurs. Dans le mois qui suit la manifestation, il n'est pas rare que ces élevages reçoivent la visite de courtiers, et que des ventes soient alors finalisées toujours sous « l'effet Finales ».

L'événement clôt les courses du circuit Jeunes Chevaux. Ce qui veut dire que les chevaux de 6 ans ne seront pas engagés sur les mêmes distances l'année suivante. Les Finales constituent donc le dernier événement pour la vente de ces chevaux en tant que jeunes chevaux. Ce n'est pas pour autant que l'on peut considérer que la vente est due à l'événement car un autre élément de taille entre en compte : la **stratégie** des éleveurs pour vendre leurs chevaux. En effet, ils peuvent choisir de ne pas faire courir délibérément certains chevaux afin de les **préserver** pour les vendre à un **prix supérieur** les années suivantes...

PRIX DES CHEVAUX

L'événement permet-il de vendre un cheval **plus cher** que ce qu'il l'aurait été lors d'une autre occasion ? Ici encore, les réponses sont mitigées.

Les chevaux sont vus par les acheteurs sur les épreuves. Ils sont donc **valorisés** et il est possible de fixer un prix selon leur **performance**.

Cependant le contexte « d'hypermarché » n'aide pas forcément à la hausse des prix. Pour certains éleveurs, la quantité est privilégiée sur la qualité, ce qui n'est pas un moteur pour fixer des prix élevés.

Par ailleurs, l'événement est la dernière prestation des chevaux de 6 ans en tant que jeunes chevaux. Ceux-ci seront davantage valorisés les années suivantes et donc vendus à des prix supérieurs à leur prix en tant que jeune cheval.

La tendance des prix des chevaux dépend aussi de la **performance des chevaux français à l'international**.

NOMBRE D'ÉLEVEURS DE LA RÉGION CONCERNÉS PAR CES VENTES :

50 à 60 éleveurs de la région amèneraient des chevaux à la vente pendant l'événement.

INEGALITÉ DES RETOMBÉES

Les retombées économiques sont inégalement réparties sur le territoire. Alors que certains gîtes et hôtels affichent complet, d'autres ne sont pas au courant de l'existence de la manifestation et n'ont vu aucune retombée sur cette période. Il en est de même pour les restaurateurs locaux.

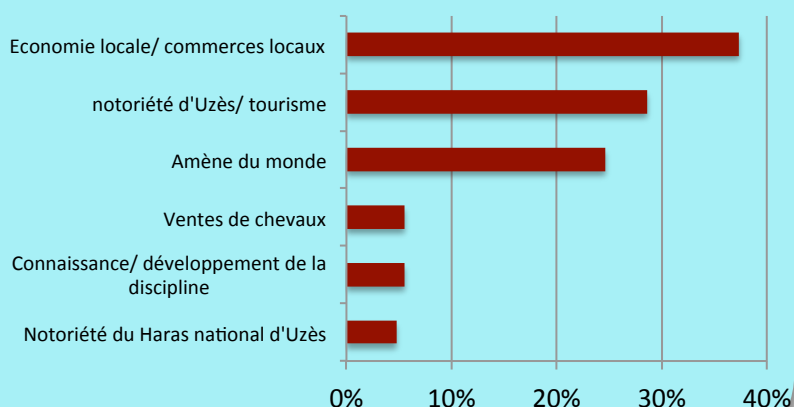
OPINION DES SPECTATEURS

Aspects positifs de l'organisation de la manifestation

87% des répondants citent un **impact positif pour le territoire.**

37% des répondants pensent que cette manifestation **impacte positivement l'économie locale.**

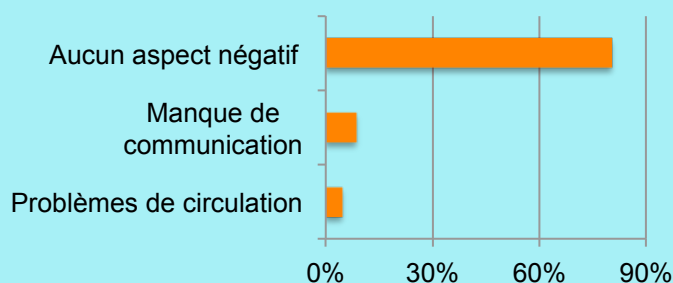
29% pensent à une **notoriété et une renommée ainsi qu'à un impact positif sur le tourisme pour le territoire d'Uzès.**



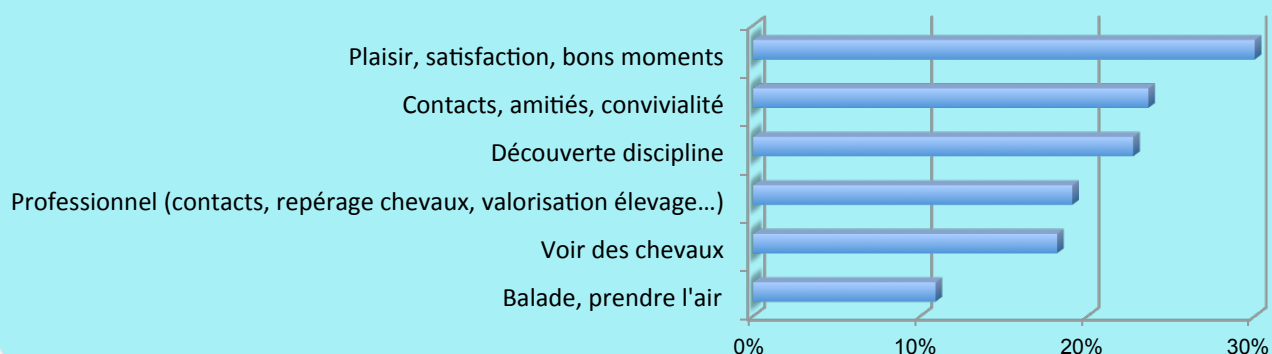
Aspects négatifs de l'organisation de la manifestation

La grande majorité des répondants **ne pense pas que cette manifestation soit à l'origine d'aspects négatifs pour le territoire** (80%).

Les personnes qui citent **une gêne** témoignent d'un **manque de communication vis-à-vis de la population locale (9%)** et de soucis de circulation (5%) (ralentissements, risques d'accidents).



Que vous apporte votre présence ici ?



OPINION DE LA POPULATION LOCALE

61

ENQUÊTES

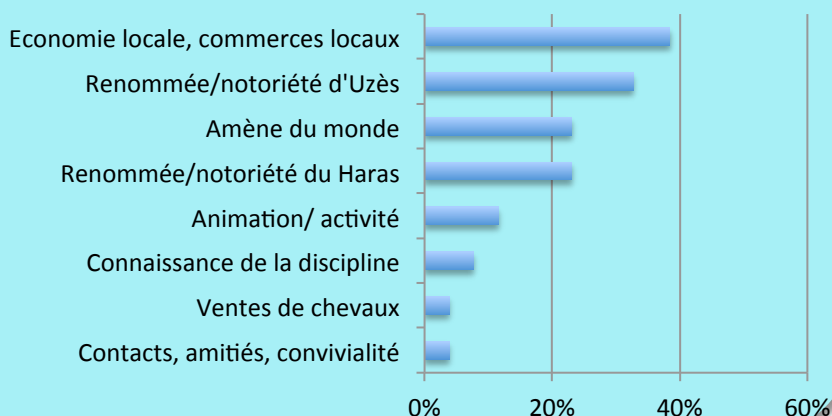
RÉALISÉES À UZÈS ET AUPRÈS DU VOISINAGE DU HARAS NATIONAL D'UZÈS

Aspects positifs de l'organisation de la manifestation

82% des répondants citent un **impact positif pour le territoire.**

38% des répondants pensent que cette manifestation **impacte positivement l'économie locale.**

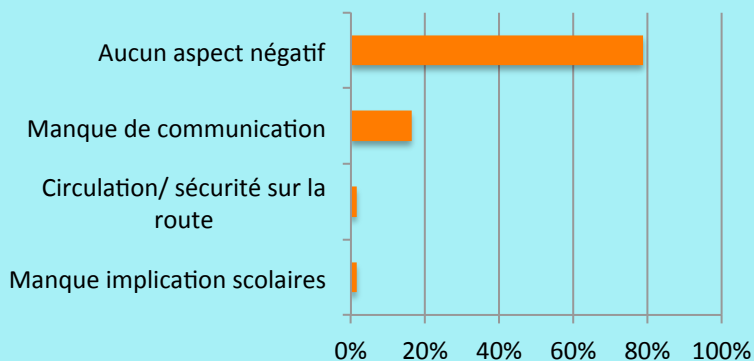
33% pensent à une **notoriété et une renommée ainsi qu'à un impact positif sur le tourisme pour le territoire d'Uzès.**



Aspects négatifs de l'organisation de la manifestation

21% des répondants citent un aspect **négatif de la manifestation.**

Les gênes citées sont : le **manque de communication vis-à-vis de la population locale (16%)**, les soucis de circulation (2%) (ralentissements, risques d'accidents) et le manque d'implication des scolaires (2%).



Consentement à payer de la population locale

Si cette compétition était amenée à être organisée ailleurs en France :

- **76%** des personnes interrogées **seraient prêtes à payer 2 € d'impôts supplémentaires par an pour la garder sur le territoire**, ce qui représente une somme de plus de **10 000 €** si on considère l'ensemble de la population d'Uzès.
- **En moyenne, les personnes interrogées seraient prêtes à payer 17 € d'impôts supplémentaires par an pour la garder sur le territoire**, soit une somme totale de **88 500 €** pour l'ensemble de la population d'Uzès.

IMPACT SOCIAL

VALEUR D'USAGE

L'impact social des spectateurs est évalué à **53 107 €**.

Il s'agit de la valeur attribuée à l'événement au travers de la volonté des spectateurs de se déplacer et de payer un coût lié au transport pour venir assister à la manifestation.

IMAGE DU TERRITOIRE

Pour beaucoup, la ville d'Uzès représente le rassemblement de Jeunes Chevaux d'endurance. La compétition permet à des cavaliers de la France entière de découvrir la ville mais aussi les paysages du Pays d'Uzès. Une découverte qui peut en amener certains à revenir à d'autres moments de l'année visiter la région.

LIENS SOCIAUX

L'événement est une occasion incontournable pour le carnet d'adresses professionnel des élèves de la maison familiale rurale de Vézénobres, bénévoles pendant la manifestation. Certains y rencontrent de futurs maîtres de stage ou employeurs. Pour beaucoup, c'est aussi une découverte de la discipline.

DEVELOPPEMENT DE LA DISCIPLINE

Le Languedoc-Roussillon est la région de France comptant le plus de courses d'endurance Jeunes Chevaux. La discipline se pratique davantage en centre équestre.

IMPACT SOCIAL

Valeur monétaire de l'Impact social	141 607 €
Valeur d'usage	53 107 €
Valeur de non-usage	88 500 €

Le calcul de l'impact social repose sur une analyse coûts-bénéfices. La valeur des bénéfices sociaux créés par l'événement est monétarisée.

Valeur d'usage = valeur que retire un individu d'avoir participé et/ou assisté à l'événement. Cette utilité est évaluée par le consentement à payer de l'individu, ici calculé grâce à la méthode des coûts de transport (somme que les visiteurs ont accepté d'investir dans le transport pour se rendre à l'événement).

Valeur de non-usage = valeur accordée à l'événement par un individu ne s'y étant pas rendu. La méthode d'évaluation contingente estime le consentement à payer des habitants pour pérenniser la manifestation (la garder sur le territoire dans le temps).

IMPACT ENVIRONNEMENTAL

ELECTRICITE 2800 kWh d'électricité

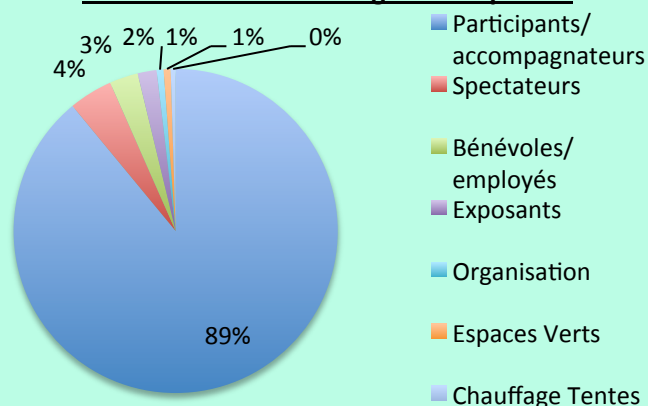
soit l'équivalent de la **consommation d'un ménage de 2 personnes pendant 1 an***.

EAU 162 m³ d'eau

soit l'équivalent de **650 bains**** (un bain par cheval)

CARBURANT

Proportions de la consommation en carburant selon les catégories de publics



Consommation de carburant (L)		Km parcourus
Participants/Acc.	54 102	596 137
Spectateurs	2 650	37 329
Bénévoles/ Employés	1 732	22 626
Exposants	1 149	12 304
Organisation	420	6 000
Espaces Verts	424	
Chauffage Tentes	300	
TOTAL	60 477	674 396

soit 17 fois le tour de la terre !
et **158 983 kg Eq CO₂** générés.

ALIMENTATION HUMAINE (en nombre de repas)

Repas complets auprès du restaurateur	Sandwichs, crêpes, petits-déjeuners, snacks auprès du restaurateur	Repas pris dans les restaurants locaux	Repas apportés depuis le domicile permanent	Repas achetés à Uzès ou dans les environs
2100	2264	1950	1792	3360

Le restaurateur utilise **15% de produits biologiques**. Aucun produit issu du commerce équitable n'est utilisé. **Tous les produits maraîchers sont locaux**. L'Intermarché de Montaren reprend les invendus, évitant ainsi le gaspillage.

ALIMENTATION ANIMALE

41 760 kg de foin et 16 707 L de granulés consommés

PAILLE 16 833 kg de paille consommés

PAPIER

177 kg de papier utilisé

EMISSIONS

3 tonnes de déchets résiduels
21,4 tonnes de fumier

NUISANCES

2% des participants / accompagnateurs et 3% des spectateurs sont **gênés par le bruit**.

6% des exposants sont **gênés par le bruit** (micro trop fort).

2% des spectateurs sont **gênés par les odeurs** (friture restauration).

* D'après www.energie-environnement.ch

** Bains de 250 L, déchets résiduels = déchets ménagers non collectés par le tri sélectif

IMPACT ENVIRONNEMENTAL

REDUCTION DE L'IMPACT : ACTIONS MISES EN ŒUVRE

- Installation de 4 **toilettes sèches** au parking vans/ camions pour la durée de l'événement.
- Mise à disposition d'une **fosse de vidange de toilettes chimiques** pour camping-cars.
- Installation d'un **brumisateuse** pour les chevaux sur l'aire de grooming.
- Mise en place du **tri sélectif** pendant l'événement.
- Utilisation de **gobelets écologiques réutilisables** pendant les apéritifs.
- Achat de **trottinettes** et location d'un **quad électrique** pour le personnel de service pendant l'événement.

SENSIBILISATION AU DEVELOPPEMENT DURABLE

- Mise en place d'un **stand IFCE développement durable** permettant de mettre en évidence les actions de l'IFCE à Uzès en faveur de l'environnement et de vendre des gobelets réutilisables et/ou porte-gobelets.
- **Exposition** de 22 panneaux dans la tente restauration sur le thème « **Le développement durable pourquoi ?** » de la fondation Good Planet de Yann Arthus Bertrand.
- **Affichage** dans les allées des boxes d'explications pour l'utilisation correcte des toilettes sèches et de la fosse sceptique.
- **Affichage** sur les poubelles de tri de la catégorie d'emballages à jeter.

ASPECTS QUALITATIFS



- L'événement permet de **valoriser le paysage de l'Uzège**. Les participants découvrent la campagne uzétienne lors des épreuves et les photos souvenirs prises par des photographes professionnels permettent de mettre en valeur les cavaliers et les paysages.
- Les **chemins** utilisés toute l'année par les agriculteurs locaux pour se rendre à leurs parcelles sont **entretenus**.



- Nécessite un entretien de la **pelouse** (abîmée par les tentes, les chevaux, les piétons), des quelques boxes démontables, barrières et lisses de dressage détériorés tous les ans.
- La **saleté** pendant et après l'événement. Il faut ramasser les déchets pendant et après l'événement ; les déchets sont plus importants les années où il y a du vent.
- Entretien des chemins en terre du Haras national d'Uzès, abîmés par les vans/camions.
- **Pannes d'électricité** dues à la surchauffe d'une consommation électrique supérieure à la moyenne.

L'impact environnemental est une mesure des perturbations de l'environnement dues à la présence de l'événement sportif. Ce sont toutes les **modifications positives ou négatives et d'ordre qualitatif, quantitatif ou fonctionnel de l'environnement**, induites par la manifestation. Les postes pris en compte sont quantifiés dans leur unité propre.

Les actions mises en place pour diminuer l'impact environnemental et les mesures de sensibilisation du public sont prises en compte de manière qualitative.