



Festival International de Théâtre de Rue d'Aurillac

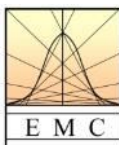
Quelles retombées économiques pour le territoire ?

3 Mai 2013





LA METHODOLOGIE



ERIC MAURENCE CONSULTANTS

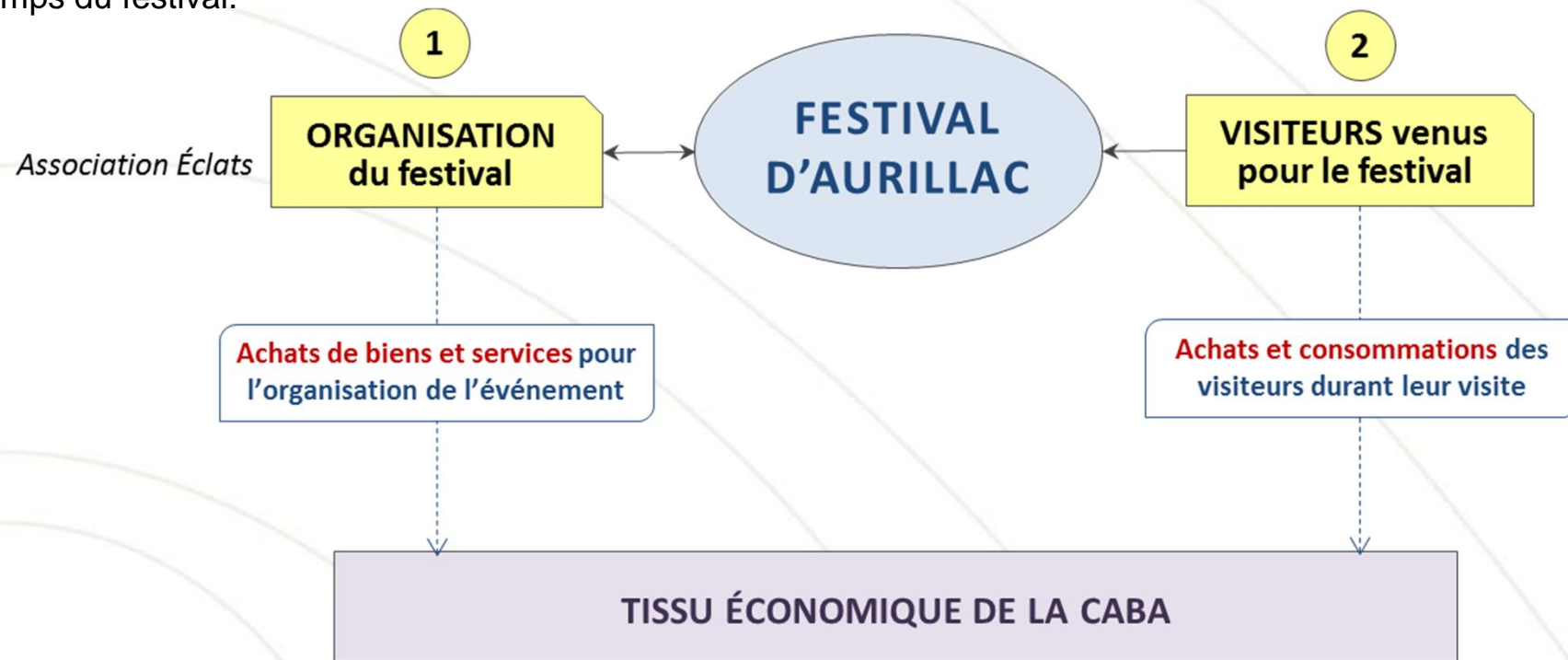
Etudes économiques. Institut de sondages
6 bis, rue des Jotglars. 66000 Perpignan
Tél : 04 68 51 11 51. Fax : 04 68 35 36 14
E-mail : eric.maurence@cegetel.net





LES SOURCES D'IMPACT RETENUES

Deux sources d'impact économique ont été retenues : les **organiseurs** et les **visiteurs** venus à Aurillac le temps du festival.



2 sources d'impact économique → 2 volets d'étude

Impact direct **TOTAL** = Impact **ORGANISATEURS** + impact **VISITEURS**



LA MESURE DE L'IMPACT **VISITEURS**

OBJET

Mesurer la **dépense totale** effectuée **localement** par les visiteurs venus de **l'extérieur** du territoire **spécifiquement** pour l'évènement

OBJECTIFS

- ❶ Mesurer le **nombre total de visiteurs**
- ❷ Déterminer la **proportion de visiteurs qui ne serait pas venus sans l'évènement**
- ❸ Estimer la **dépense moyenne** par visiteurs « générateur d'impact »

STRATES

3 catégories de visiteurs ont été retenues :

- ❶ **Le public**
- ❷ **Les artistes**
- ❸ **Les professionnels**

SOURCES

- ✓ Enquête en face-à-face auprès de **600 groupes de visiteurs grand public**
- ✓ Enquête en face-à-face et diffusée auprès de **160 artistes et professionnels**
- ✓ Enquête diffusée auprès des **visiteurs en séjour** dans 30 hébergements **du territoire**
- ✓ Enquête d'opinion auprès des commerçants (CCI Cantal)
- ✓ Données sur les **retraits aux distributeurs** et les **paiements par carte bancaire** (Crédit Agricole)
- ✓ Données sur la **fréquentation des campings** du territoire et **l'Aire de la Ponétie** (OT et Mairie Aurillac)
- ✓ Données sur la **billetterie** (organisateur)
- ✓ Données sur les **professionnels** et les **artistes** (organisateur)



LA MESURE DE L'IMPACT **ORGANISATEURS**

OBJET

Calculer le **différentiel** entre les **ressources** mobilisées sur le territoire pour la réalisation de l'évènement et les **dépenses** effectuées localement

PRINCIPE

Analyse de type **INJECTION - FUITE**

INJECTIONS

Ressources provenant d'acteurs économiques extérieurs au territoire

- ✓ Subventions supra-territoriales
- ✓ Partenariat entreprises
- ✓ Dépenses visiteurs...

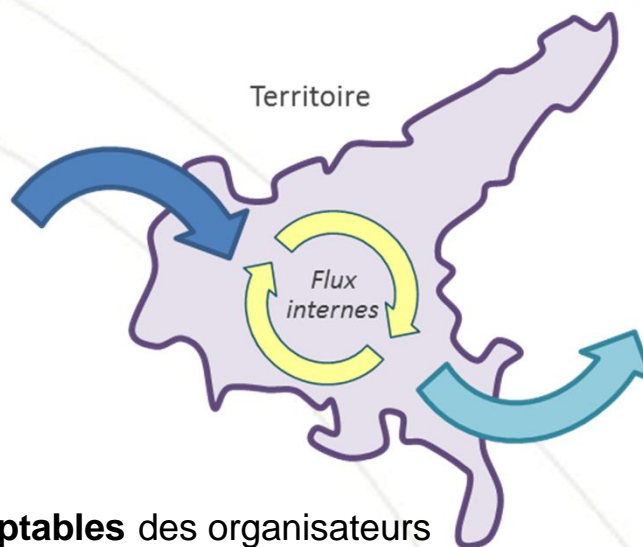
SOURCE

Données comptables des organisateurs

CALCUL

Deux traitements spécifiques :

- ① La localisation des flux
- ② L'affectation des flux



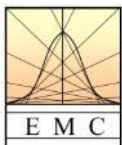
FUITES

Dépenses effectuées auprès d'acteurs extérieurs au territoire

- ✓ Rémunérations
- ✓ Achat de biens et services...



LES RESULTATS



ERIC MAURENCE CONSULTANTS

Etudes économiques. Institut de sondages
6 bis, rue des Jotglars. 66000 Perpignan
Tél : 04 68 51 11 51. Fax : 04 68 35 36 14
E-mail : eric.maurence@cegetel.net

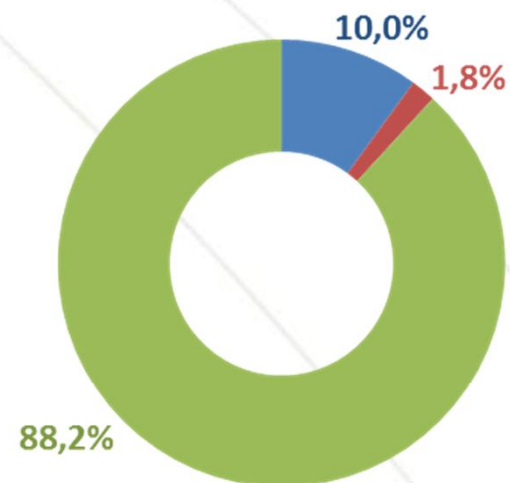




LE NOMBRE DE VISITEURS TOTAL

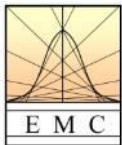
Toutes catégories de visiteurs confondues, la fréquentation du festival est estimée à environ **113 000 journées de visite** soit **28 000 personnes** dont **3 000 artistes et professionnels** et **25 000 visiteurs grand public** sur la durée du festival.

CATEGORIES DE VISITEURS	Nombre de personnes	SOURCES
Compagnies de passage	2 571	Organisateurs
Compagnies du programme officiel	242	Organisateurs
Professionnels accrédités	500	Organisateurs
Visiteurs grand public	24 700	Enquête et données organisateurs (billetterie).
TOTAL	28 013	





Profil et **comportements**



ERIC MAURENCE CONSULTANTS

Etudes économiques. Institut de sondages
6 bis, rue des Jotglars. 66000 Perpignan
Tél : 04 68 51 11 51. Fax : 04 68 35 36 14
E-mail : eric.maurence@cegetel.net





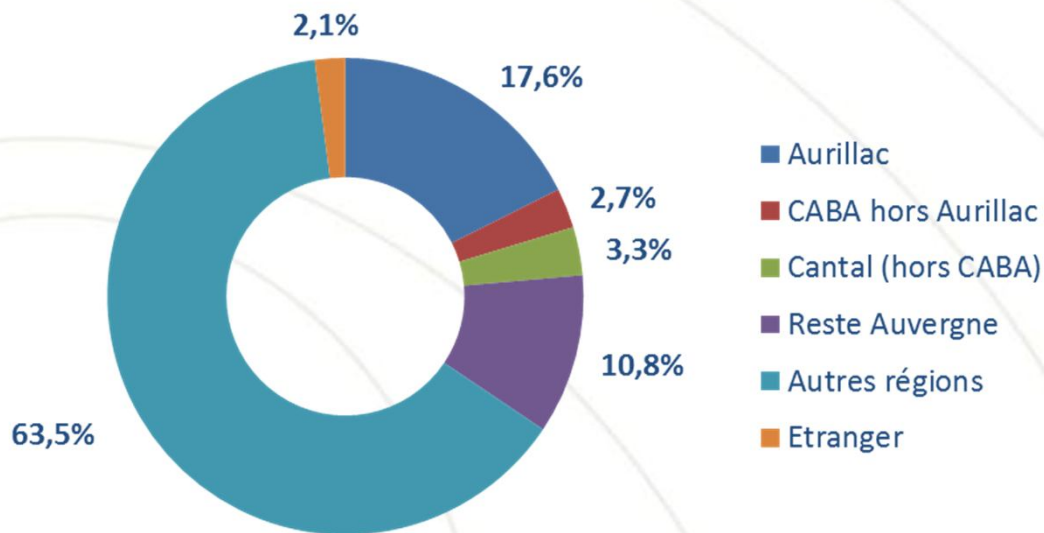
LA **PROVENANCE** DES VISITEURS GRAND PUBLIC

80%

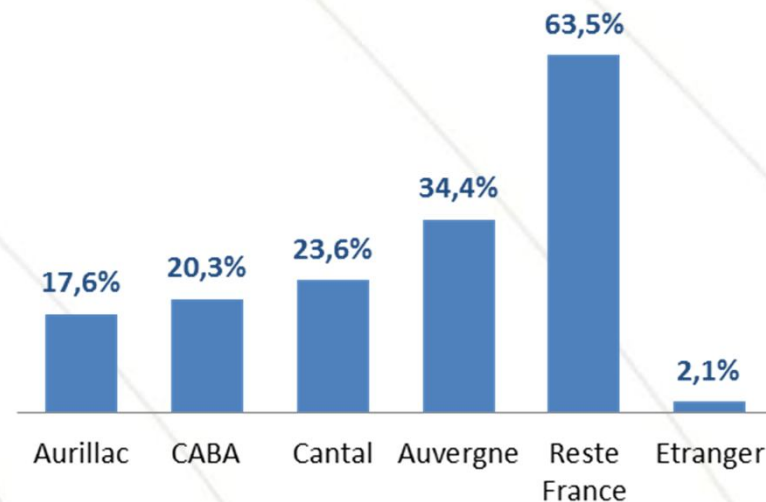
extérieurs à la CABA

- **La majorité des visiteurs est originaire de l'extérieur de l'Auvergne : 66%**
- 34% vient de la région Auvergne, dont 24% du Cantal, 20% de la Communauté d'Agglomération et 18% d'Aurillac.

Lieu de résidence principale des visiteurs



Provenance par zone administrative





L'INFLUENCE DU FESTIVAL DANS LA VENUE À AURILLAC

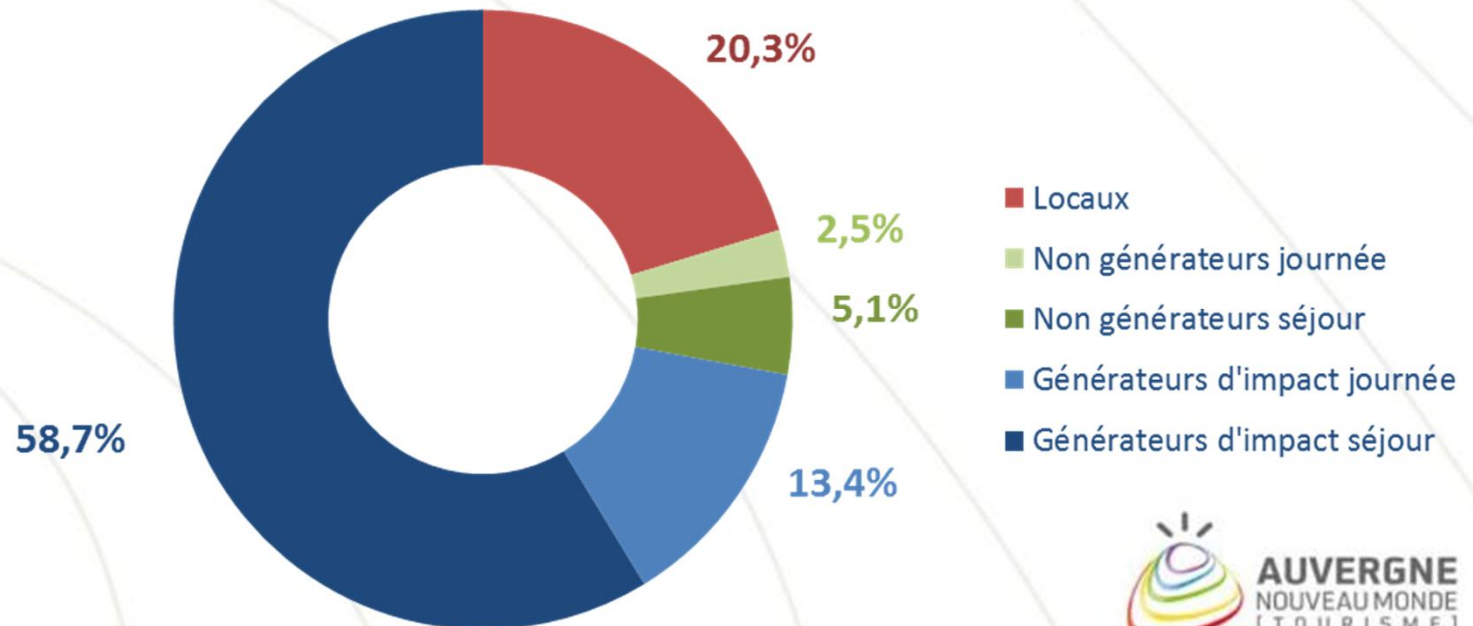
72%

venus de l'extérieur de la CABA pour le festival



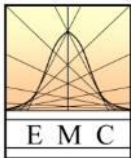
Générateurs d'impact

- **72%** des visiteurs du festival sont générateurs d'impact car leur visite est indissociable de la présence de l'évènement.
- Une majorité, 59% sont venus dans le cadre d'un **séjour** (durée moyenne : 3,5 jours), soit 14.500 personnes.
- 13% dans le cadre de visites à la **journée** : 3 300 personnes.





Impact **économique** des visiteurs



ERIC MAURENCE CONSULTANTS

Etudes économiques. Institut de sondages
6 bis, rue des Jotglars. 66000 Perpignan
Tél : 04 68 51 11 51. Fax : 04 68 35 36 14
E-mail : eric.maurence@cegetel.net

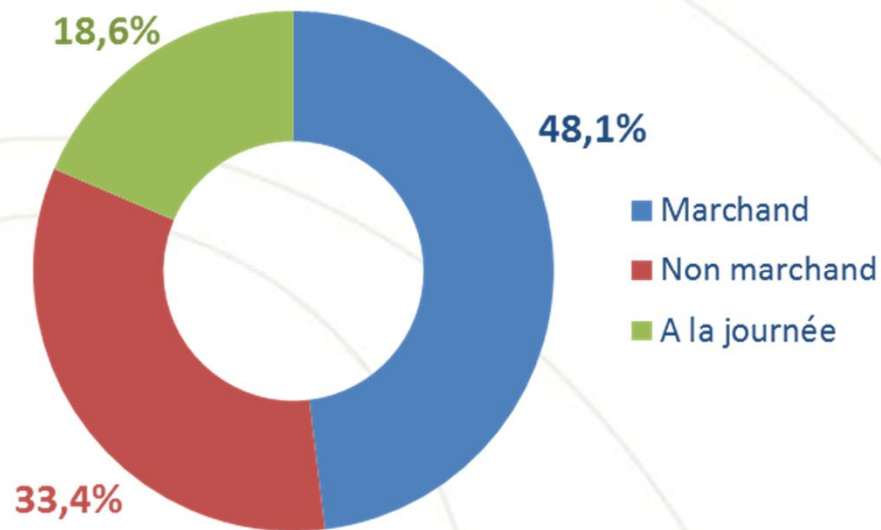




GRAND PUBLIC : COMPORTEMENTS DE CONSOMMATION

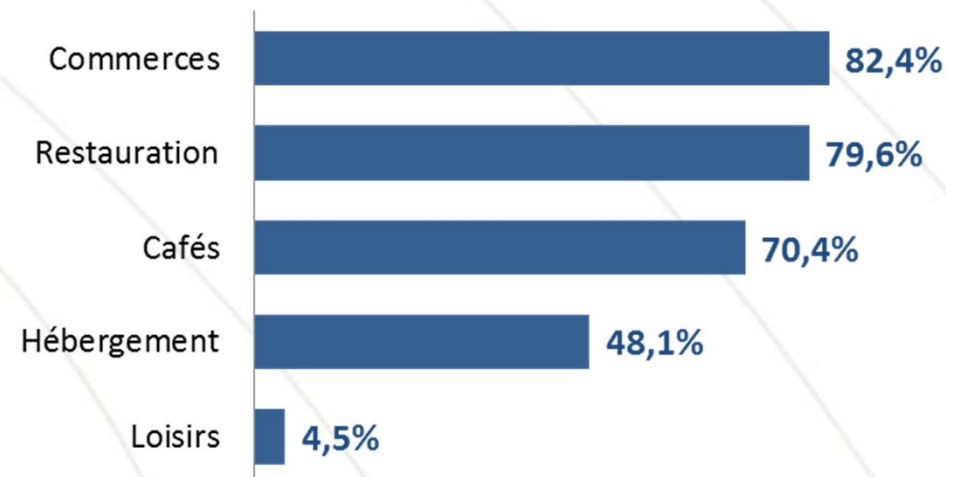
- Les visiteurs venus spécialement pour le festival sont surtout présents dans le cadre d'un **séjour** : **81%**.
- Près de 50% résident en **hébergement marchand**.
- 80% ont effectué des dépenses dans les **commerces** ou les **restaurants**.
- 70% dans les **cafés et bars** d'Aurillac.

Modes d'hébergement utilisés



En % des visiteurs générateurs d'impact.

Taux de consommation





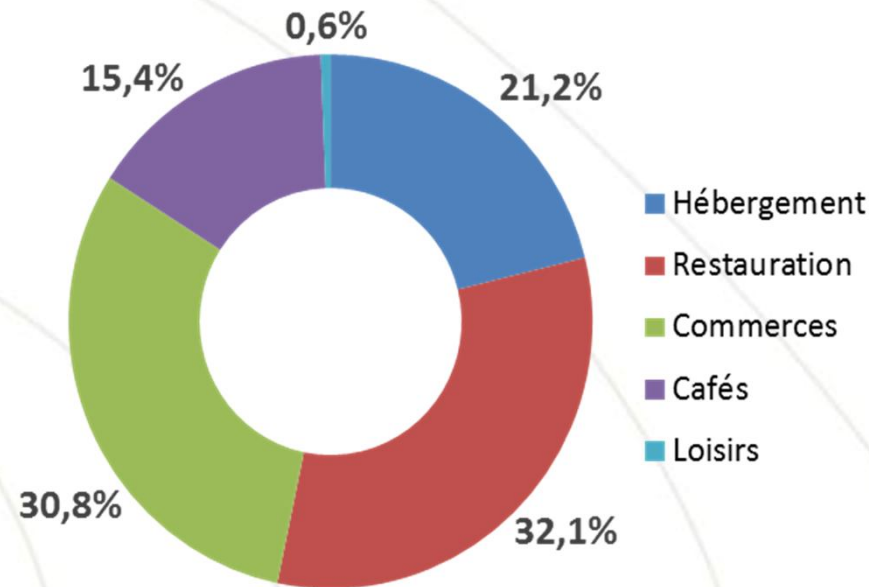
GRAND PUBLIC : STRUCTURE DES DEPENSES

1,5 M €

83,9 €/ visiteur

- Les visiteurs grand public ont généré un chiffre d'affaires de **1,5 millions d'euros** dans le tissu économique local.
- Dépense moyenne journalière par visiteur générateur d'impact : **83,9 €**
- Les deux premiers poste de dépenses : les **commerces** et la **restauration** (30% chacun) suivis de **l'hébergement** (23%) et les **cafés** (15%).

Structure des dépenses



Rappel : Dépenses des visiteurs générateurs d'impact



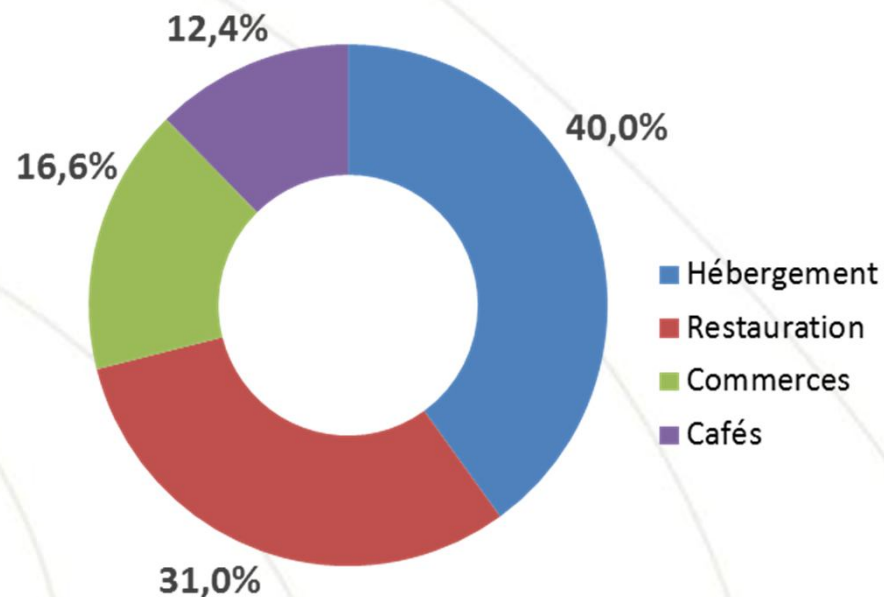
PROFESSIONNELS : STRUCTURE ET NIVEAU DES DÉPENSES

91 300 €

187 €/ pro

- Les **500 professionnels** venus à l'occasion du festival ont dépensé un peu plus de 90 000 € durant leur présence à Aurillac.
- Dépense moyenne journalière par personne la plus élevée : **187 €**
- 20% sont venus à la journée, 55% en séjour marchand (24% en hôtel).
- Ils ont effectué 70% de leurs dépenses dans les structures **d'hébergement** et de **restauration**.

Structure des dépenses



Rappel : Dépenses des visiteurs générateurs d'impact



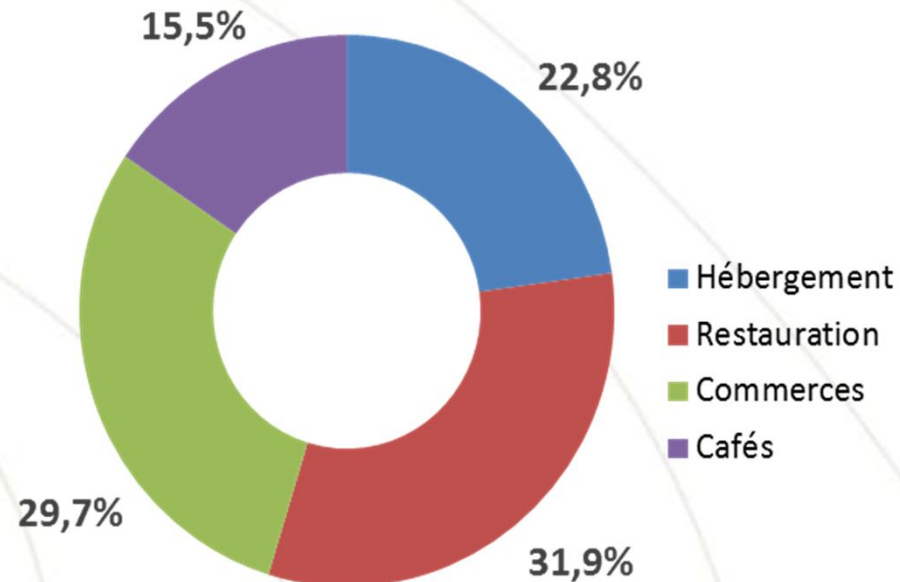
COMPAGNIES : STRUCTURE ET NIVEAUX DES DÉPENSES

432 500 €

154 €/ membre

- 2 813 membres des compagnies étaient présents à Aurillac et ont dépensé environ 430.000 € durant les 4 jours du festival.
- Dépense moyenne par personne : 154 €
- 20% sont venus à la journée, Les deux premiers poste de dépenses : les **commerces** et la **restauration** (30% chacun) suivis de **l'hébergement** (23%) et les **cafés** (15%).

Structure des dépenses



Rappel : Dépenses des visiteurs générateurs d'impact



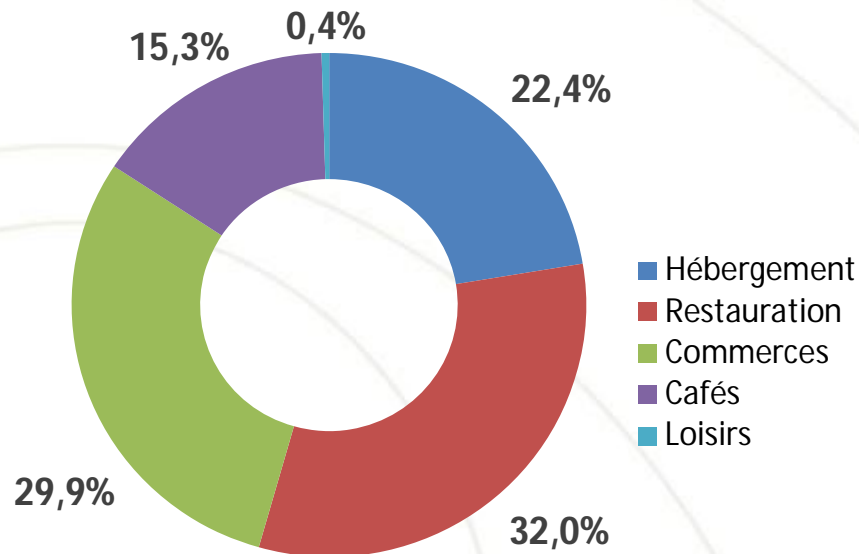
DEPENSES TOTALES DE L'ENSEMBLE DES VISITEURS

2 M€

95 €/ visiteur

- Les 21 000 visiteurs générateurs d'impact ont généré 2 millions de chiffre d'affaires dans le tissu économique local, soit une dépense moyenne de 95 €/par personne.
- Ce sont les structures de **restauration** et les **commerces** qui bénéficient le plus de cet impact.
- Viennent ensuite **l'hébergement** (43 000 nuitées marchandes) et les **cafés** (300 000 €, près de 90 000 consommations).

Structure des dépenses



Dépenses de l'ensemble des visiteurs

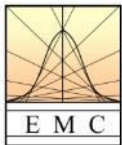
Postes	% conso	Chiffres d'affaires	Volumes
Hébergement	47,8%	451 470 €	43 190 nuitées
Restauration	80,8%	646 406 €	64 700 repas
Commerces	84,2%	603 735 €	-
Cafés	73,6%	308 116 €	89 700 consom.
Loisirs	3,8%	9 036 €	
Total		2 018 763 €	



Rappel : Dépenses des visiteurs générateurs d'impact



Impact **économique** des organisateurs



ERIC MAURENCE CONSULTANTS

Etudes économiques. Institut de sondages
6 bis, rue des Jotglars. 66000 Perpignan
Tél : 04 68 51 11 51. Fax : 04 68 35 36 14
E-mail : eric.maurence@cegetel.net





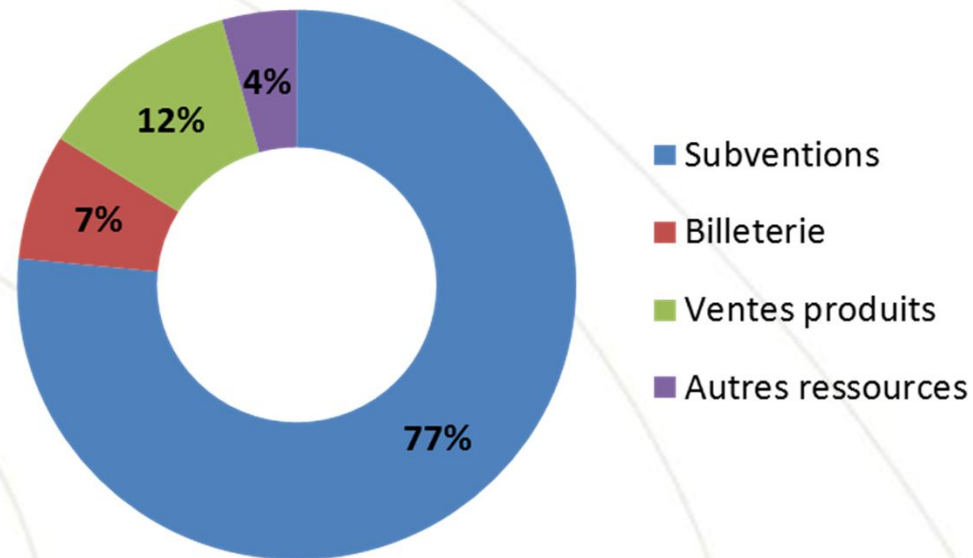
LES RESSOURCES DES ORGANISATEURS

1,29 M€

Ressources festival

- Pour la mesure de l'impact généré par les organisateurs, les ressources propres au festival ont été isolées de celles provenant des autres activités de l'association.
- Sur les 1,9 M€ de ressources totales de l'association Éclat, les deux-tiers, à savoir **1,29 M€** sont directement liées à la présence du festival (subventions, billetterie...).
- **38%** de ces ressources proviennent d'acteurs économiques du territoire (collectivités, entreprises, individus), soit : **483 000 €** contre **805 000 €** de l'extérieur.

Structure des ressources relatives au festival



Rappel : Produits de l'association affectés au festival



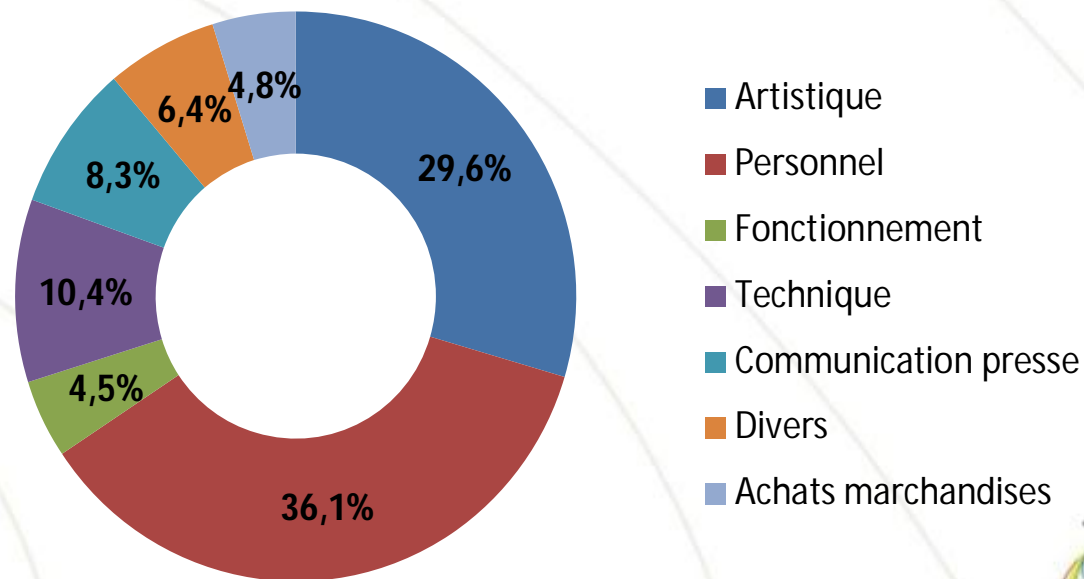
LES DÉPENSES DES ORGANISATEURS

1,30 M€

Dépenses du festival

- Comme en ce qui concerne les ressources, ne sont prises en compte dans le cadre de cette étude que les dépenses attribuables au festival.
- Sur les 1,92 M€ de dépenses totales de l'association, 68% sont occasionnées par la présence du festival, soit **1,3 M€**
- **30%** de ces dépenses sont réalisées auprès d'entreprises du territoire de la CABA soit : **395.000 €**

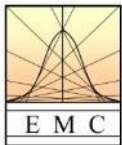
Structure des dépenses affectées au festival



Rappel : Charges de l'association affectées au festival



En résumé



ERIC MAURENCE CONSULTANTS

Etudes économiques. Institut de sondages
6 bis, rue des Jotglars. 66000 Perpignan
Tél : 04 68 51 11 51. Fax : 04 68 35 36 14
E-mail : eric.maurence@cegetel.net



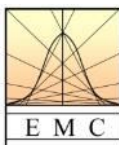


LE FESTIVAL EN CHIFFRES...

- **28 000 visiteurs** : 25 000 grand public, 500 professionnels et 2 800 artistes
- **21 000 visiteurs venus de l'extérieur du territoire spécialement pour le festival**
- **113 000 journées de visite** dont 91 000 directement attribuables au festival
- **74 200 nuitées** dont 43 000 à titre marchand
- **65 000 repas** dont 28 000 au restaurant et 37 000 à emporter
- **89 700 consommations et petits déjeuners dans les cafés**
- **600 000 € d'achat dans les commerces**
- **2 millions d'euros d'impact économique direct**



Merci de votre présence et de votre attention



ERIC MAURENCE CONSULTANTS

Etudes économiques. Institut de sondages
6 bis, rue des Jotglars. 66000 Perpignan
Tél : 04 68 51 11 51. Fax : 04 68 35 36 14
E-mail : eric.maurence@cegetel.net

