

## Economische impact

### Le Grand Départ du Tour de France 2010

#### Rotterdam



Rapport van Daan Vogelaar  
Hogeschool Rotterdam

## Economische impact

### Le Grand Départ du Tour de France 2010



Daan Vogelaar 0796821

Opdrachtgevers: St. Grand Départ Rotterdam 2010  
Hogeschool Rotterdam  
Meerwaarde Onderzoeksadvies

Begeleider: Laurens Schumacher



## Voorwoord

Gedurende de periode februari 2010 tot en met augustus 2010 ben ik bezig geweest met mijn HBO afstudeerscriptie. Dit afstuderen op de opleiding Commerciële Economie Sportmarketing en Management aan de Hogeschool Rotterdam heb ik in het kader van de start van de Tour de France gedaan. De Tour de France is de grootste wielerronde van de wereld. Ook is het na het WK voetbal en de Olympische Spelen het derde evenement ter wereld qua organisatie en publieke belangstelling.

Deze scriptie geeft een beeld van de economische impact van dit evenement op de stad Rotterdam. Met andere woorden: Hoeveel verdiend de stad Rotterdam aan het organiseren van dit evenement?

Met een vijftal studiegenoten heb ik onder hetzelfde model al een rapport geschreven over de geprognoseerde impact van dit evenement. Dit rapport is dus ook een vervolg/controlerapport op het prognoserapport.

Hierbij wil ik een aantal mensen bedanken die er mede voor hebben gezorgd dat dit rapport tot stand is gekomen:

- Laurens Schumacher – Begeleider Hogeschool Rotterdam
- Steffie Theuns – Coördinator externe betrekkingen Hogeschool Rotterdam
- Egbert Oldenboom – Meerwaarde Adviesbureau
- Rotterdam Topsport
- Wil van Bussel – WVB Marketing
- Albert van Schendel – NHTV
- Alle WESP commissieleden
- Alle begeleiders tijdens de Grand Départ dagen
- Alle enquêteurs tijdens de Grand Départ dagen
- Creative Factory

Met sportieve groet,

Capelle aan den IJssel, donderdag 26 augustus 2010

Daan Vogelaar

## *Le Grand Départ du Tour de France Rotterdam*

### *Samenvatting Economische Impact*

In de zomer van 2010 viel de stad Rotterdam de eer te beurt om de start van de Tour de France te organiseren. De start is een onderdeel van het portfolio dat de stad aan het opbouwen is in het kader van het Olympisch Plan 2028. Dit plan heeft als doelstelling Nederland op Olympisch niveau te brengen, in voorbereiding op een eventueel Olympisch bid. Rotterdam heeft aangegeven dat zij het van strategisch belang acht om in de komende jaren een portfolio van internationale sportevenementen op te bouwen.

Een belangrijke Rotterdams doelstelling bij het organiseren van topsportevenementen is het creëren van economische impact. Onder economische impact wordt in dit rapport de extra bestedingen verstaan die dankzij het evenement in 2010 in de Rotterdams economie zijn gevloeid. Hierbij is ook rekening gehouden met verdringingseffecten in de hotelsector.

Volgens onafhankelijke tellingen zijn er tijdens de Grand Départ ca. 865.000 bezoeken afgelegd aan de stad Rotterdam. De totale extra bestedingen van deze bezoekers tijdens de start van de Tour bedroegen ruim 18 miljoen euro. Daarnaast is er door de ASO ca. 1,1 miljoen Euro in Rotterdam besteed. Door de deelnemende ploegen is 0,8 mln. uitgegeven en door bezoekende buitenlandse journalisten eveneens 0,8 mln euro. **Dit brengt het totaal aan extra bestedingen door bezoekers en organisatie op 20,8 mln Euro.** Als we dit bedrag vergelijken met de impact van de start van de Vuelta 2009, die 5,3 miljoen bedroeg en de impact de start van de Giro (9,5 miljoen) dan blijkt de Tour de France qua impact duidelijk het grootste evenement te zijn.

Daarnaast heeft Rotterdam reserves aangesproken voor de organisatie van het evenement en de zgn. fee aan de licentiehouders van de Tour, de ASO. Deze bestedingen, exclusief de fee aan de ASO, kunnen in Keynesiaanse zin beschouwd worden als een extra impuls voor de Rotterdams economie. De precieze uitgaven zijn nog niet bekend, maar er is een bestemmingsreserve van 15 miljoen Euro gecreëerd. Tellen we deze uitgaven op bij de additionele bestedingen van de bezoekers en de organisatie, dan komen we op **een totale bestedingsimpuls van 33,3 mln. Euro.** Deze bestedingen zijn een welkome extra impuls voor de economie in een periode van laagconjunctuur. Het is overigens niet correct om dit bedrag van 33,3 mln. als baten te beschouwen in een vergelijking met de kosten van 15 miljoen, aangezien er dan sprake is van een dubbeltelling van de uitgaven van 15 miljoen.

Andere uitkomsten van het onderzoek naar de economische impact van de Grand Départ zijn:

- Het aandeel buitenlanders in de bezoekers lag op 11,4%.
- De gemiddelde uitgaven van Nederlanders lagen op ca. 30 euro, van buitenlanders op 54 euro per persoon, exclusief bestedingen aan logies.
- De bestedingen aan logies van degenen die overnachtten bedroeg voor buitenlanders 62 euro p.p.p.n. en voor Nederlanders 33 euro p.p.p.n. (inclusief onbetaalde overnachtingen bij vrienden en kennissen).
- Er zijn ca. 46.000 overnachtingen geweest in betaalde accommodaties. Rekening houdend met verdringingseffecten bedraagt het aantal extra overnachtingen 24.000.
- Van de bezoekers die niet speciaal voor het evenement naar Rotterdam is afgereisd, is 1 op de 6 wel langer gebleven vanwege dit evenement. Hoewel zij hierdoor wellicht meer uitgegeven hebben, is dit in de impact berekening niet meegenomen.
- De toeschouwers van het evenement in Rotterdam gaven als algemeen waarderingcijfer gemiddeld een 8,0 op een schaal van 1 tot 10. Dit is een relatief hoog cijfer, ook in vergelijking met de Giro (7,8) en de Vuelta (7,7).
- Het openbaar vervoer werd door de bezoekers van de Grand Départ het meest gebruikt om naar Rotterdam te komen. 32,4% koos voor metro, trein, bus.
- De Tour kent een vrij hoog opgeleid publiek.
- De man/vrouw verhouding was tijdens de Tour 7:3
- Er waren tijdens de Tour ongeveer evenveel toeschouwers in de leeftijdscategorie 20-40 als 40-60.
- De gemiddelde toeschouwer heeft gemiddeld 2,15 bezoeken afgelegd tijdens de Tour in Rotterdam.

## Inhoud

1	Inleiding.....	8
2	Begripsbepaling en afbakening.....	9
2.1	Cijfers rondom de Tour.....	9
2.2	Beschrijving van het geografisch gebied.....	9
2.3	Economische Impact.....	11
3	Methodologie.....	12
3.1	Onderzoeksmethode.....	12
3.2	Deelvragen.....	13
3.3	Enquêteren.....	14
4	Bezoekersaantallen.....	15
4.1	Algemene informatie.....	15
4.2	Bepaling toeschouwersaantallen.....	16
4.3	Buitenlandse bezoekers.....	17
4.4	Ploegenpresentatie op donderdag.....	18
4.5	Trainings- en activiteitendag op vrijdag.....	19
4.6	De proloog.....	20
4.7	De 1 <sup>e</sup> etappe.....	21
5	Bestedingen.....	22
5.1	Totaal additionele bezoekers.....	22
5.2	Herkomst van uitgaven.....	22
5.3	Gemiddelde uitgaven per persoon.....	23
5.4	Vuelta 2009.....	24
5.5	Londen 2007.....	24
5.6	Bestedingen hotelovernachtingen.....	25
5.6.1	Aantal Overnachtingen en type.....	25
5.6.2	Verdringingseffect.....	25
5.7	Organisatorische bestedingen.....	27
5.7.1	Deelnemende ploegen.....	27
5.7.2	Bestedingen van de Stichting Grand Départ en de ASO.....	27
5.7.3	Mediabestedingen.....	27
5.7.4	Overzicht.....	28
6	Relevante informatie naast Economische Impact.....	29
6.1	Media.....	29
6.2	Werkgelegenheid.....	29

6.3	Capaciteit Parcours .....	29
6.4	Verdeling van vervoerswijze toeschouwer .....	31
6.5	Verdeling opleidingsniveau toeschouwer .....	32
6.6	Leeftijdsopbouw .....	33
6.7	Verdeling man/vrouw .....	33
6.8	Frequentie bezoeken .....	34
7	Conclusies & aanbevelingen.....	35
7.1	Conclusies Economische Impact .....	35
7.2	Waardering van het evenement .....	35
7.3	Aanbevelingen .....	37
7.3.1	Aanbevelingen Rotterdam Topsport.....	37
7.3.2	Aanbevelingen Meerwaarde Onderzoeksbureau .....	37

## *Bijlagen*

Bijlage A:	Overzicht parcours Rotterdam a.d.h.v. Google Streetview
Bijlage B:	Overzicht bestedingspatroon EK 2000
Bijlage C:	Overzicht hotelaccommodaties Rotterdam
Bijlage D:	Verslag gesprek Politie Rotterdam
Bijlage E:	Verslag gesprek gemeente Spijkenisse
Bijlage F:	Verslag gesprek gemeente Hellevoetsluis
Bijlage G:	Verslag gesprek Mark van de Kamp, Commercieel Manager Rabobank Wielerploegen
Bijlage H:	Verslag gesprek Project coördinator Marketing en Communicatie Organisatie
Tourstart	
Bijlage I:	Enquête zoals gebruikt door de studenten tijdens Grand Départ
Bijlage J:	Formulier voor tellen toeschouwersaantallen

# 1 Inleiding

In de zomer van 2010 had de stad Rotterdam de eer om de start van de Tour de France te organiseren. De start is een onderdeel van het portfolio dat de stad aan het opbouwen is als voorbereiding op de mogelijke organisatie van de Olympisch Plan. Voor de stad Rotterdam is het van belang om in de komende jaren een portfolio van internationale sportevenementen op te bouwen. Een belangrijke Rotterdams doelstelling bij het organiseren van topsportevenementen is het creëren van economische impact. De vraagstelling van dit onderzoek luidt dan ook:

*“Hoe groot is de economische impact in euro’s die de Grand Départ van de Tour de France 2010 voor Rotterdam realiseert?”*

De gemeente Rotterdam krijgt voor de organisatie van dit evenement subsidie van de Rijksoverheid. Een van de eisen van de Rijksoverheid is dat de stad verantwoording af legt over de economische impact van de Tourstart. De doelstelling die hierbij is gesteld, is het leveren van een zo realistisch mogelijke meting van de economische spin-off. Om dit te bereiken zijn relevante bronnen gezocht. Alle feiten en bevindingen zijn dan ook met bronnen onderbouwd.

In het eerste hoofdstuk wordt de begripsbepaling en afbakening van het onderzoek weergegeven. Hoofdstuk 2 kent de methodologie. In hoofdstuk 3 worden de toeschouwers van de Tour de France onder de loep genomen. In hoofdstuk 4 worden de verschillende bestedingen tijdens de Tour de France belicht. Hoofdstuk 5 bevat relevante informatie naast de economische impact. Hoofdstuk 6 bevat de conclusies en aanbevelingen van de student met betrekking tot de economische spin-off.





## 2 Begripsbepaling en afbakening

### 2.1 Cijfers rondom de Tour

Elk jaar wordt de Tour de France gereden. Voor elke editie worden door de organisatie, de ASO, 20 wielerploegen uitgenodigd. Elke wielerploeg bestaat gedurende de Tour de France uit 9 wielrenners, waar dit bij de meeste andere koersen 8 wielrenners zijn. Op 11 november 2009 werd via de media bekend dat Tourdirecteur Christian Prudhomme het aantal deelnemende ploegen overwoog te laten toenemen tot 22. De reden voor deze wijziging was de opkomst van nieuwe wielerploegen zoals RadioShack (Lance Armstrong), Team Sky (Edvald Boasson Hagen) en BMC Racing Team (Cadel Evans).

Tijdens de Tour de France waren er dus 198 wielrenners actief uit 22 ploegen. Naarmate de Tour vorderde neemt het aantal deelnemers af als gevolg van blessures e.d. Naast de renners bestonden de wielerploegen verder uit de ploegleiders, het management, verzorgers, mecaniciens, koks e.d. De totale wielerploeg (incl. renners) bestond gedurende de tour uit gemiddeld 20 á 25 man. Dit betekende dat tijdens de tour om en nabij de 500 man actief waren namens de diverse wielploegen.

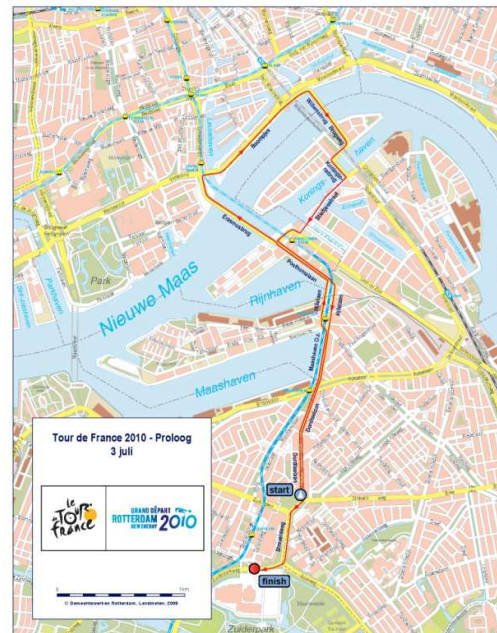
Naast de teams waren nog meer mensen betrokken bij de Tour, zoals vertegenwoordigers van de organisatie, politie, ambulancepersoneel, deelnemers reclamekaravaan, journalisten e.d. Zo bestond de reclame karavaan uit onder andere 160 auto's, 12 leden van de gendarmerie (politie), 4 verkeersregelaars en 3 medische auto's. Dagelijks versloegen 260 cameramensen, 240 fotografen en 2500 journalisten de Tour.

De Tour de France heeft volgens de organisatoren jaarlijks gemiddeld 10 miljoen bezoekers per editie.

### 2.2 Beschrijving van het geografisch gebied

De start van de Tour in Rotterdam heeft ook zijn impact op de directe omgeving van de stad Rotterdam gehad. De 1<sup>e</sup> etappe van de Tour de France verliet Rotterdam in zuidelijke richting via onder andere Spijkenisse en Hellevoetsluis richting België.

Deze opdracht is echter geschreven vanuit het perspectief van de gemeente Rotterdam. De berekende impact betreft dus uitsluitend de gemeente Rotterdam.



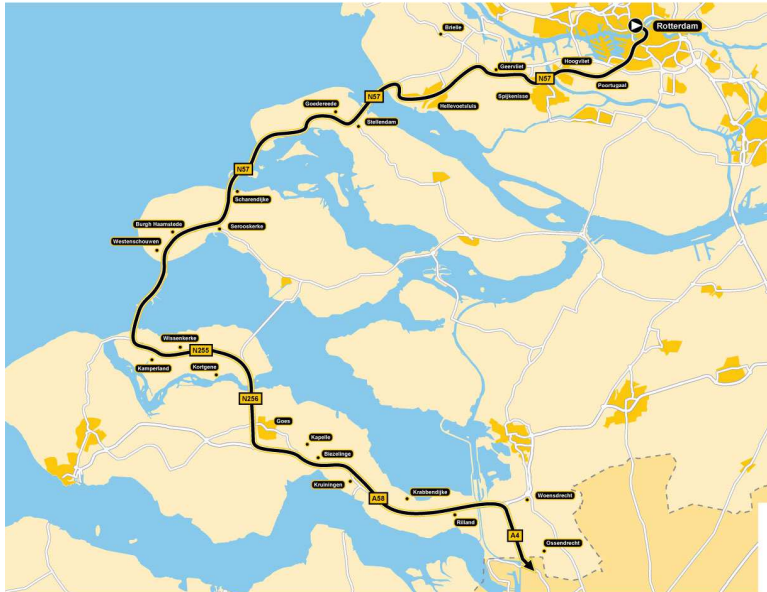
De 1<sup>e</sup> etappe vertrok vanuit Rotterdam richting België. De start was bij "De Heuvelpark". Daarna ging deze verder via Hellevoetsluis en Spijkenisse richting België om dan te finishen in Brussel.

### Parcours Prolog

De bezoekersbestedingen en de uitgaven van de organisatie waren grote factoren die verantwoordelijk zijn voor de economische impact. Gedurende de start van de Tour in Rotterdam waren verwachting alle hotels in Rotterdam volledig bezet. Als gevolg hiervan moesten (buitenlandse)bezoekers gedwongen uitwijken naar hotels in de directe omgeving van Rotterdam.

Het geografisch gebied dat voor het onderzoek is gebruikt is de stad Rotterdam.

### EERSTE ETAPPE - ZONDAG 4 JULI 2010



Parcours 1<sup>e</sup> etappe

## 2.3 Economische Impact

Onder de economische impact wordt verstaan: De additionele bestedingen die in het weekend van 1 t/m 4 juli worden gedaan in het centrum van Rotterdam als gevolg dat de start van de Tour de France in de stad wordt georganiseerd.

In dit rapport wordt alleen gebruik gemaakt van additionele bestedingen. Dit zijn uitgaven die in het weekend van de Tour gemaakt zijn en waarvan kan worden aangenomen dat deze uitgaven normaliter niet in Rotterdam waren gemaakt. Een voorbeeld ter verduidelijking: Een Rotterdams gezin dat altijd op zaterdag boodschappen gaat doen voor ongeveer 100 euro is op de zaterdag van de Tour niet additioneel qua uitgaven. Als een ander gezin uit Amsterdam speciaal naar de Tour de France komt en vier shirts van de Tour de France koopt bij een kraam á 20 euro per stuk is dit wel additioneel. Dit geld was immers niet uitgegeven in Rotterdam als de Tour niet in Rotterdam was gestart.

De vraag die respondenten kregen voorgelegd luidde:

Als het evenement in een andere Nederlandse stad was georganiseerd, was u dan naar die stad gegaan? De respondenten die bij deze vraag het antwoord 'waarschijnlijk wel' hebben ingevuld, zijn additioneel, zij zijn immers specifiek voor het evenement naar Rotterdam gekomen.

Na verwerking van de enquêtes is de volgende verdeling tot stand gekomen:

	Niet additioneel	Wel additioneel	Totaal
Buitenland	1,7%	9,7%	11,4%
Nederland	28,5%	33,0%	61,5%
Rotterdam	19,7%	7,4%	27,1%
Eindtotaal	49,9%	50,1%	100,0%

Van de buitenlanders die naar de start van de Tour komen kijken is het grootste deel additioneel. Deze mensen hadden geen geld in Rotterdam uitgegeven als de Tour niet in Rotterdam was gestart. Het percentage additionele bezoekers ligt op 50 %.

De respondenten die 'waarschijnlijk wel' hebben ingevuld hadden sowieso in Rotterdam geweest en geld uitgegeven. Deze mensen zijn dus niet additioneel.

Van de passanten is 1 op de 6 langer gebleven bij dit evenement. Dit is in de impact berekening niet meegenomen.

	% langer gebleven
Buitenland	6,3%
Nederland	10,7%
Rotterdam	25,7%
<b>Eindtotaal</b>	<b>16,5%</b>

### 3 Methodologie

Voor het realiseren van de opdracht is er een uitgebreid onderzoek uitgevoerd. Het is van belang rekening te houden met de verschillende invloeden die bepalend zijn voor het mogelijke verloop.

Er is gedurende het onderzoek gebruik gemaakt van zowel primaire als secundaire data. De primaire data worden speciaal voor bepaalde onderzoeksdoelen verzameld. De secundaire data zullen dienen als achtergrondinformatie.

#### 3.1 Onderzoeksmethode

De benodigde gegevens voor de prognose zullen via twee manieren worden verzameld:

- Deskresearch
- Fieldresearch

De onderzoeksmethode deskresearch is niet de belangrijkste manier van research voor deze scriptie. Deze manier van research is vooral gebruikt bij deelvragen over de bestedingen van de organisatie en de wielploegen.

Het onderzoeken via de deskresearch methode zal voornamelijk bestaan uit het verkrijgen van informatie via internet, email, boeken, tijdschriften en vakliteratuur. Deze zullen gebruikt worden voor het beantwoorden van vragen die betrekking hebben op de organisatorische bestedingen, maar ook de teambestedingen.

De onderzoeksmethode fieldresearch is een zeer belangrijke onderzoeksmethode gedurende het project geweest. Deelvragen die niet beantwoordt kunnen worden aan de hand van deskresearch, zullen door middel van fieldresearch worden beantwoordt. De informatie hiervoor is verworven met enquêtes en (expert-)interviews. Deskundigen die ondervraagd zijn, zijn Rotterdam Topsport, de gemeente Rotterdam en de organisatie van de Grand Départ. Maar veel belangrijker zijn nog de honderden respondenten die tijdens de Grand Départ rondom het parcours staan. Hierover staat in paragraaf 1.4 meer beschreven.



### 3.2 Deelvragen

De onderstaande deelvragen helpen bij het bepalen van de economische impact van de Grand Départ. Er wordt onder andere gekeken naar het aantal bezoekers dat de Tourstart heeft getrokken in Rotterdam. Verder worden er ook een aantal onderwerpen behandeld die gelieerd zijn aan de verschillende bestedingen die tijdens de Tour de France zijn voorgekomen.

- Hoe groot is het bezoekersaantal gedurende de Grand Départ van de Tour de France 2010?

Voor het berekenen van de totale economische impact is dit één van de meest belangrijke onderdelen. Alle bestedingen die gemaakt zijn door toeschouwers (eten, drinken etc.) moeten worden vermenigvuldigd met het totale aantal toeschouwers. Door middel van formulieren die aan de enquêteurs worden meegegeven en bronnen als de NOS, NS, RET e.d. wordt een zo realistisch mogelijk beeld gecreëerd van het totaal aantal toeschouwers dat Rotterdamse Tourstart heeft bezocht.

- Hoe groot is het aandeel additionele bezoekers van het evenement in procenten?

Niet alle bezoekers van de Tour de France zijn additioneel. Veel bezoekers zouden in het weekend van de Tour ook geld hebben uitgegeven in de binnenstad van Rotterdam. Deze bestedingen zijn dus niet toe te schrijven aan het feit dat de Grand Départ in Rotterdam is. Deze bestedingen worden in dit rapport niet meegeteld. Door middel van een simpele vraag in het enquêteformulier is te achterhalen of de gemaakte bestedingen additioneel zijn.

- Hoe lang is de gemiddelde verblijfsduur van toeschouwers van het evenement in dagen?

Voor verschillende instanties is het van belang een inzicht te krijgen hoe vaak een individuele bezoeker de Grand Départ van vier dagen bezoekt. In het enquêteformulier is een vraag opgenomen die de respondent in de gelegenheid stelt om aan te geven welke dagen hij/zij de Tour heeft bezocht, of gaat bezoeken.

- Hoe hoog zijn de gemiddelde uitgaven per persoon per dag tijdens het evenement in euro's?

Een belangrijk onderdeel van een economische impact. Wat geeft een gemiddelde toeschouwer uit per dag als hij de Tour de France bezoekt? Met uitgaven aan onder andere drinken, eten en merchandise opgenomen in de enquête, moet de respondent een realistisch beeld kunnen geven van wat de bezoeker in totaal heeft uitgegeven in Rotterdam.

- Zijn er buitenlanders bij het evenement aanwezig? En zo ja, hoeveel procent?

In de berekeningsmethode voor de economische impact van onderzoeksbureau Meerwaarde horen ook een aantal 'niet impact gerelateerde onderdelen'. Zoals eerder al de gemiddelde verblijfsduur wordt er ook aandacht besteed aan het percentage buitenlandse bezoekers van de Tour. Deze toeschouwers besteden over het algemeen meer dan autochtone bezoekers en zijn daarom een aantrekkelijke doelgroep voor onderzoek. Door simpelweg naar de nationaliteit van de respondent te vragen, komen we erachter wat het percentage buitenlanders tijdens de Grand Départ is geweest.

- Wat zijn de bestedingen van de teams met betrekking tot de juiste huisvesting en organisatie in Rotterdam?

Dit is een deelvraag waarbij deskresearch en experts interviews inzicht kunnen verschaffen. De vraag is of teams als Rabobank dergelijke informatie willen verstrekken. Deze bestedingen horen echter wel toegevoegd te worden aan de totale impact, omdat deze additioneel zijn.

- Van welk geografisch gebied willen we de economische impact berekenen?

De Tour de France genereert uiteraard economische impact op veel meer plekken dan alleen de stad Rotterdam. Bij dit onderdeel wordt de keuze voor het geografisch gebied bepaald en verdedigd.

- Welke bestedingen heeft de organisatie om het evenement te realiseren?

Onder de organisatie van de Grand Départ vallen in dit rapport verschillende bedrijven en instanties. De belangrijkste zijn de ASO (de internationale organisator van de Tour) en de Rotterdamse gemeente. De gemeente verstrekt subsidie aan het evenement en de ASO werkt ook met een budget voor de Grand Départ. Beide (zeer significante) uitgaven zijn additioneel en dragen dus flink bij aan de totale economische impact. Door middel van deskresearch en expertinterviews wordt getracht een beeld te geven van de omvang van deze uitgaven.

- Wat is de verdeling in vervoerswijze van de toeschouwers?

In de aan de enquêteurs meegegeven enquête is een vraag opgenomen die inzicht moet geven in de manier waarop de toeschouwer naar Rotterdam is gekomen. Een meerkeuzevraag waar meerdere antwoorden ingevuld mogen worden biedt de oplossing. Deze deelvraag is relevant voor organisatoren van dergelijke evenementen. Door in kaart te brengen welke manieren van vervoer bij de toeschouwer populair zijn, kan men beter inspelen op de wensen van diezelfde toeschouwer.

- Wat is de leeftijdsopbouw van de toeschouwers?

Het achterhalen van de leeftijdsopbouw door middel van enquêteren is eveneens voor organisatoren van belang. Verschillende leeftijdscategorieën hebben verschillende behoeften. Bijvoorbeeld op onderwerpen als eten, drinken en voorzieningen. Ook zegt de leeftijdsopbouw iets over de toekomst van een evenement. Veel jonge toeschouwers op een evenement betekent vaak een langere levensduur voor het evenement zelf.

- Wat is de verdeling in opleidingsniveau van de toeschouwers?

Deze deelvraag is onder andere van belang bij het verstrekken van informatie door de organisatoren naar de potentiële toeschouwers. Welke toon moet men aanslaan in de berichten die naar buiten worden gebracht? En in welke media moeten de organisatoren hun evenement promoten?

### 3.3 Enquêteren

Verreweg de meeste input voor dit onderzoek is verkregen via enquêteren. Gedurende de vier dagen dat de Tour de France in Rotterdam aanwezig was (donderdag 1 juli t/m zondag 4 juli) gingen er elke dag enquêteurs verspreid over het parcours op pad om te enquêteren. De enquête en het formulier voor telling van het totale toeschouwersaantal zijn zorgvuldig samengesteld in samenwerking met Dhr. Oldenboom. Hij en zijn onderzoeksbureau hebben eerdere evenementen bezocht en dezelfde methode succesvol toegepast. Het is van belang om zoveel mogelijk uniform te blijven.

De studenten hebben per dag twee verschillende formulieren meegekregen (bijlage I en J) Over de volledige vier dagen zijn in totaal 961 enquêtes afgenomen. Na het invoeren van deze data bleken er van deze 961 zo'n 948 bruikbaar voor dit onderzoek. Er zijn een aantal enquêtes afgevallen. Redenen daarvan zijn: onvolledigheid, onduidelijkheid en verkeerd invullen. Ook zijn er tijdens de vier Rotterdamse Tour de France dagen 530 formulieren om het toeschouwersaantal te tellen (bijlage J), ingevuld.

De enquêteurs hebben na elke dag de enquêtes ingeleverd. De 'data entry' is uitgevoerd voor Wil van Bussel van WVB Marketing in Deurne. Dit bedrijf heeft van de kleine duizend enquêtes een gecomprimeerd SPSS bestand gemaakt. Met een door Dhr. Oldenboom aangereikt stappenplan was het daarna mogelijk om de totale economische impact uit het SPSS model te krijgen.

## 4 Bezoekersaantallen

### 4.1 Algemene informatie

Op zaterdag 3 juli werd de eerste rit van de 'Rotterdamse' Tour de France gereden. De proloog. De proloog was een individuele tijdrit die van start gaat op het Zuidplein. De proloog wordt vooral door Rotterdam Zuid verreden. Een stadsdeel met een grote sportieve traditie. Zuid is niet alleen thuishaven voor voetbalclub Feyenoord, ook in Sportpaleis Ahoy vinden jaarlijks veel internationale sportevenementen plaats zoals de RABO Wielerzesdaagse en het ABN-AMRO World Tennis Tournament.

Het parcours van de proloog was circa 9 kilometer lang en voerde de renners via de Dordtselaan, Maashaven O.z., Hillelaan en Posthumalaan naar de Erasmusbrug. Via de Boompjes, de Verlengde Willemsbrug, het Noordereiland, de Koninginnebrug, de Stieltjesstraat en de Laan op Zuid zijn de renners weer terug op Rotterdam Zuid.



Parcours Proloog

Opnieuw werd de Dordtselaan genomen om uiteindelijk te finishen op het Zuidplein. Het was een snel parcours door de lange rechte 'lijnen'.

Gedurende de tv-registratie liet Rotterdam zich van haar beste kant zien. Langs de route waren onder andere het gebouw van de hogeschool InHolland te zien, het Luxor theater en de complete skyline van de stad met o.a. de imposante gebouwen van de Kop van Zuid. Er waren liefst zes bruggen in het parcours opgenomen en de kijker kreeg een goede indruk van veelzijdig Rotterdam.

Gedurende het vierdaagse evenement werd er door de stad Rotterdam op 1 miljoen toeschouwers gehoopt. Dit aantal is gebaseerd op het aantal mensen wat vorig jaar de start in Londen bezocht. Verwacht werd dat dit aantal licht werd overtroffen.

#### *Aantal werkende mensen*

Veel mensen werken bij of voor de Tour de France. Hieronder vallen onder andere de organisatie van de Tour de France, de journalisten, de mensen van de reclamekaravaan, de mensen van de horeca en de politie en ook de begeleiding van de teams en de renners zelf. Onderstaande tabel geeft een overzicht te zien van alle mensen die meewerkten aan de Tour de France. De kosten zijn in deze tabel niet geraamd.

Type aanwezige	Aantal	Bijzonderheden
<b>Organisatie TdF Rotterdam</b>	<b>100</b>	
<b>Organisatie TdF ASO</b>	<b>120</b>	
<b>Journalisten</b>	<b>2000</b>	
<b>Overig pers</b>	<b>1500</b>	
<b>Reclamekaravaan</b>	<b>800</b>	<b>200 auto's. Per auto gemiddeld 4 inzittenden!</b>
<b>Politie in Nederland</b>	<b>2500</b>	
<b>Politie vanuit Frankrijk</b>	<b>55</b>	
<b>Verkeersregelaars</b>	<b>500</b>	
<b>Renners</b>	<b>198</b>	
<b>Begeleiders teams</b>	<b>286</b>	<b>22 teams. Per team 13 man begeleiding.</b>
<b>Totaal</b>	<b>8059</b>	

*Personeel gedurende de Tour de France*

#### 4.2 Bepaling toeschouwersaantallen

De studentenquêteurs hebben gedurende de vier dagen dat de Grand Départ in Rotterdam was, elke dag een formulier ingevuld tijdens hun shifts waarop aan de hand van een methode kan worden bepaald hoeveel toeschouwers er op dat specifieke stuk aanwezig zijn (zie bijlage). Het hele parcours is in stukken verdeeld en door studenten 'bevolkt'. Zo werd het hele parcours, inclusief de twee people villages meegenomen in de berekening van de toeschouwersaantallen. Het totaal van al deze formulieren met een kleine correctie geeft een zo realistisch mogelijk beeld van het aantal toeschouwers per dag.

Ook is het toeschouwersaantal per dag gebaseerd op gegevens van de NOS, de NS, de Politie en de RET. Hoewel de door de enquêteurs uitgevoerde methode het meest accuraat is, is toch besloten deze gegevens mee te nemen in het onderzoek.

De methode van Meerwaarde is gebaseerd op een beproefd systeem van tellen gebaseerd op de capaciteit van het parcours en het aantal rijen toeschouwers. Deze methode werd eerder gebruikt bij de start van de Giro 'd Italia in Amsterdam.

Andere organisaties maken vaak een schatting.

Hieronder staat in een tabel welke bron welke getallen naar buiten bracht:

Bron	Aantal toeschouwers
NOS	950.000
Politie Rotterdam	1.000.000
RET	900.000
NS	900.000
Telling HRO	865.000

Onze tellingen zijn in de laatste regel aangegeven en bedroegen in totaal 865.000 toeschouwers.



### 4.3 Buitenlandse bezoekers

Naast de grote populariteit in Nederland is de Tour de France ook erg populair in het buitenland. Hierdoor waren zeker ook buitenlanders bij de opening van dit grote evenement aanwezig. De Grand Départ trekt namelijk al jaren vele buitenlandse wielersliefhebbers. Deze buitenlandse bezoekers komen voornamelijk uit Europa. Echter, steeds vaker reizen ook Amerikanen en Australiërs reizen hiervoor naar Europa af. Het aandeel buitenlanders tijdens de Tour de France verschilt van dag tot dag.

Kolom1	donderdag	vrijdag	zaterdag	zondag	totaal
Buitenland	8,2%	7,3%	15,6%	16,3%	11,4%
Nederland	57,3%	63,0%	68,9%	55,7%	61,5%
Rotterdam	34,5%	29,7%	15,6%	28,1%	27,1%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Van de 945 (948-3 weet niet/geen antwoord) respondenten is 837 Nederlands. Dit betekent dat 108 respondenten buitenlands zijn.

Het percentage buitenlanders was tijdens de Grand Départ:  $108/945 \times 100\% = 11,4\%$

#### 4.4 Ploegenpresentatie op donderdag

Op de ploegenpresentatie van donderdag 1 juli zijn rond de 8500 mensen afgekomen. Uit een optelsom van de in totaal 60 ingeleverde formulieren op deze dag is dit aantal zo realistisch mogelijk geschat. De ploegenpresentatie is een happening die echte wielervrienden niet willen missen. Er konden niet veel meer mensen worden toegelaten dan nu is berekend, vanwege de beperkte capaciteit. Omdat mensen op vrijdag gewoon weer moeten werken, duurde het feest niet tot in de nachturen. Voordat de ploegenpresentatie s' avonds werd gehouden, vond nog een toertocht door de regio Rotterdam plaats. Deze tocht heeft circa 11.000 deelnemers opgeleverd volgens [www.tourtochtgranddepart.nl](http://www.tourtochtgranddepart.nl). Dit is geen schatting, omdat de deelnemers nauwkeurig zijn geteld bij inschrijving. Tijdens deze tocht is niet door studentenquêteurs geënquêteerd. Dit brengt het totale aantal toeschouwers op donderdag - dankzij de Tour de France – rond de 20.000.

##### Additioneel deel

In paragraaf 1.4 wordt duidelijk dat 50% van de opgekomen bezoekers per dag additioneel zijn en daarom meetellen in de additionele bestedingen tijdens de Grand Départ. Zo zijn maar 50% van de 20.000 toeschouwers op deze dag additioneel.



Dit zijn er in totaal 10.000.

#### 4.5 Trainings- en activiteitendag op vrijdag

Voor de training- en activiteitendag op vrijdag werd rekening gehouden met circa 50.000 mensen. Op deze vrijdag, de eerste dag van de schoolvakanties waren vele activiteiten ter vermaak van de bezoekers. Van 10 tot 11.45 uur konden de renners het proloogparcours verkennen. Gedurende de rest van de dag waren er diverse activiteiten voor het publiek.

Uit de 120 formulieren die vrijdag zijn uitgegeven aan en ingevuld door de enquêteurs blijkt dat rond de 60.000 toeschouwers Rotterdam en haar wielerevenement hebben bezocht.

##### Additioneel deel

In paragraaf 1.4 wordt duidelijk dat 50% van de opgekomen bezoekers per dag additioneel zijn en dus meetellen in de additionele bestedingen tijdens de Grand Départ.

Van de 60.000 toeschouwers waren er op vrijdag 30.000 additioneel. Zij tellen dus mee in de bestedingen.



*Parcours Proloog*



#### 4.6 De proloog

De proloog was de eerste officiële etappe van de Tour de France van 2010. Deze etappe werd door de media en de toeschouwers gezien als het officiële moment van de start van de Tour.

Deze individuele tijdrit door het hart van Rotterdam werd gestart rond 16.15 uur. Om ongeveer 19.45 uur finishte de laatste renner.

Van tevoren werden er door de promotiekaravaan miljoenen gadgets over het aanwezige publiek gestrooid. Hiervoor waren al vanaf het middaguur vele toeschouwers op de been. De meeste toeschouwers stonden bij de start/finish bij het Zuidplein en op en rondom de Erasmusbrug. Het druilerige weer speelde nauwelijks een rol in de grote opkomst van deze dag.

Uit de 175 ingeleverde formulieren op deze dag is berekend, dat ongeveer 465.000 toeschouwers de Grand Départ zaterdag hebben bezocht. Hierbij is reeds rekening gehouden met een 'verloop' van 15%.

Verloop wil zeggen dat een deel van de toeschouwers eerder de stad verlaten dan dat de activiteiten afgelopen zijn. Andersom kan ook: de toeschouwers komen pas later op dag aan in Rotterdam, na het begin van de activiteiten.

#### Additioneel deel

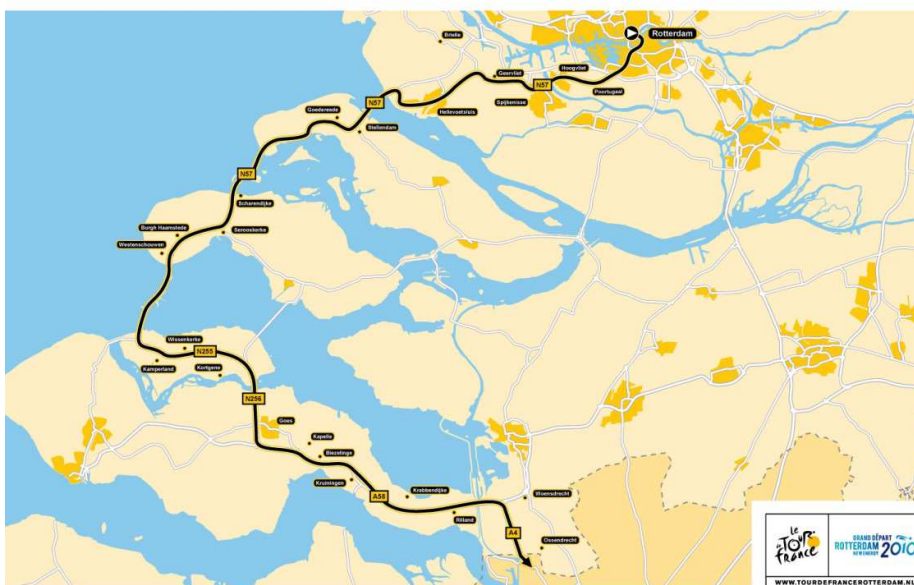
In paragraaf 1.4 wordt duidelijk dat 50% van de opgekomen bezoekers per dag additioneel zijn en dus meetellen in de additionele bestedingen tijdens de Grand Départ.

Van de 465.000 toeschouwers zijn er dus 232.500 additioneel.



## 4.7 De 1<sup>e</sup> etappe

EERSTE ETAPPE - ZONDAG 4 JULI 2010



Parcours 1<sup>e</sup> etappe

Nederlandse provincie Zeeland is in Rotterdam bezocht door 320.000 toeschouwers. Dit is naast bronnen van de NOS, RET, NS en de politie ook berekend aan de hand van de 175 ingeleverde formulieren zoals die in bijlage J te vinden is.

### Additioneel deel

In paragraaf 1.4 wordt duidelijk dat 50% van de opgekomen bezoekers per dag additioneel zijn en dus meetellen in de additionele bestedingen tijdens de Grand Départ.

160.000 bezoekers waren op deze dag additioneel

### **Noot:**

Op de dag van de eerste etappe zijn in de officiële tellingen de toeschouwers uit Hoogvliet en omgeving niet meegeteld. Toch is de hoeveelheid toeschouwers in Hoogvliet van dien aard geweest om te vermelden in dit rapport. Na bestudering van de beelden in deze wijk (NOS uitzending) wordt het aantal toeschouwers dat zich in of rondom Hoogvliet bevond geschat op 70.000. In officiële mededelingen over toeschouwersaantallen kunnen deze toeschouwers echter wel worden meegeteld. Ze bevonden zich namelijk in Rotterdam en waren toeschouwer van de Tour de France.

Deze extra toeschouwers worden in dit rapport echter niet meegenomen met de economische impact. De bestedingspatronen van toeschouwers buiten de binnenstad van Rotterdam wijkt erg af van toeschouwers in de binnenstad (ligt fors lager). Ook zijn deze toeschouwers niet meegenomen in de afname van de enquêtes.

## 5 Bestedingen

### 5.1 Totaal additionele bezoekers

Het totaal van de in paragraaf 2.2 t/m 2.5 berekende additionele bezoekers is:

Donderdag	10.000
Vrijdag	30.000
Zaterdag	232.500
Zondag	160.000

TOTAAL: 432.500

Dit totaal aantal additionele bezoekers wordt gebruikt om te koppelen aan de bestedingen. Alleen deze bezoekers tellen mee in de economische impact van de Grand Départ.

### 5.2 Herkomst van uitgaven

Deze vraag in de enquête moest verduidelijken of de respondenten alleen uitgaven voor zichzelf doen, of dat er ook voor anderen uit werd gegeven.

#### 9. Wat is vandaag qua uitgaven op u van toepassing?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ik doe alleen uitgaven voor mijzelf	401	42,3	42,3	42,3
	ik betaal ook voor een ander	405	42,7	42,7	85,0
	ik betaal niets, iemand anders betaalt voor mij	142	15,0	15,0	100,0
	Total	948	100,0	100,0	

Er zijn ongeveer evenveel respondenten die alleen uitgaven voor zichzelf doen, als dat er mensen zijn die ook voor anderen uitgeven.

Verder is bepaald dat de aanwezige media (journalisten) € 884.000 hebben uitgegeven. Dit is additioneel en wordt meegenomen in de berekeningen.

### 5.3 Gemiddelde uitgaven per persoon

Om de gemiddelde uitgaven per persoon te berekenen wordt gebruik gemaakt van gegevens van de ontvangen enquêtes.

De volgende vraag uit de enquête gaf hier een beeld van:

A – Hoeveel denkt u vandaag ongeveer uit te geven voor uzelf aan het volgende?			B – Hoeveel denkt u dat er vandaag gemiddeld per persoon besteed wordt aan het volgende? <i>Eng: 'controleer' totaalbedrag, meerdere antwoorden mogelijk</i>		
Op deze locatie			In Rotterdam		
1	Toegang	nvt	5	Eten (lunchen/dineren/snacks)	
2	Eten en drinken		6	Café	
3	Merchandise/souvenirs		7	Winkelen en boodschappen	
4	Overig		8	Openbaar vervoer	
			9	Huur fietsen/vervoer	
			10	Parkeren en brandstof	
			11	Attracties en andere evenementen	
			12	Overig	
	<b>Totaal (1-12)</b>				
	<b>Weet alleen totaal</b>				

	Ploegenpresentatie/Toertocht	Vrijdag Activiteitendag	Proloog/Toertocht	Start 1e etappe	Totaal
Buit	€ 32,00	€ 28,88	€ 30,45	€ 103,94	€ 54,16
NL	€ 24,20	€ 21,44	€ 27,86	€ 25,25	€ 24,65
Rotterdam	€ 7,86	€ 9,66	€ 28,59	€ 18,76	€ 13,67
	€ 21,27	€ 21,04	€ 28,57	€ 52,61	€ 29,66

Het gemiddeld besteed bedrag per persoon aan eten, drinken, merchandise en overig is 29,66 euro.

Dit zijn de gemiddelde bestedingen van additionele bezoekers, deze liggen iets boven die van andere bezoekers.

Gemiddelde bestedingen liggen met bijna €30 op een normaal niveau.

Opvallend zijn wel de hoge bestedingen van buitenlanders op de laatste dag.

## 5.4 Vuelta 2009

Onderstaande tabel laat zien dat de Vuelta in totaal bezocht werd door 102.000 bezoekers.

	Deelnemers	Overig	Totaal
Vrijdag	2.000	13.000	15.000
Zaterdag	10.000	30.000	40.000
Zondag	3.500	108.000	111.500
Totaal bezoeken	15.500	151.000	166.500
Totaal bezoekers	10.000	92.000	102.000

Tabel 9 Overzicht bezoekers en bezoeken  
*Aantal bezoekers Vuelta*

Hoeveel deze bezoeker uitgaven is te zien in de volgende tabel; € 2.593.000

	totaal vrij-zo	overige dagen	overnachtingen	totaal
Buit	€ 143.000	€ 201.000	€ 187.000	€ 530.000
NL	€ 1.957.000	€ 1.173.000	€ 788.000	€ 3.917.000
Drenthe	€ 493.000	€ 15.000	€ 18.000	€ 526.000
totaal	€ 2.593.000	€ 1.389.000	€ 992.000	€ 4.974.000

Tabel 14 Totale bestedingen van bezoekers  
*Bestedingen bezoekers Vuelta*

Van de totale bestedingen van € 4.974.000 wordt het bedrag van de overnachtingen (992.000) afgetrokken omdat dit verder in het rapport nog apart onderzocht wordt. Zo komen we op een bedrag van € 3.982.000 dat we delen door het aantal toeschouwers. De bestedingen per persoon komen hierdoor op  $3.982.000 / 102.000 = € 39,04$

## 5.5 Londen 2007

De totale uitgaven in Londen waren £ 73 miljoen, £ 15 miljoen in Kent en £ 35 miljoen overig<sup>1</sup>. Dit is een totaal van £ 123 miljoen wat neerkomt op  $(123 * 1,0968)^2$  134,9 miljoen euro. De uitgaven per persoon waren  $(134.900.000 / 3.000.000) / 2 = € 22,48$ .  $(22,48 * 1,016 * 1,025 * 1,012) = € 22,69$ .

<sup>1</sup> Le Tour de France: The Grand Départ 2007 Research Summary  
3.3 Economic Impact: Amounts Spent by People in Connexion with the TdF

<sup>2</sup> <http://www.belegger.nl/koersen.php?page=currency&order=gister>



## 5.6 Bestedingen hotelovernachtingen

### 5.6.1 Aantal Overnachtingen en type

Van de 948 respondenten overnachten er 118. Dit betekent dat gemiddeld genomen 12.45% van de toeschouwers overnacht.

Hieronder een uitwerking van het percentage overnachtingen op accommodatie en herkomst van de diegene die overnacht.

	weet niet	vrienden	hotel 1-3	hotel 4/5	B&B	camping	overig	totaal
Buitenland	10,3%	9,3%	45,4%	13,4%	1,0%	17,5%	3,1%	100,0%
Nederland	50,5%	22,0%	10,8%	7,5%	2,2%	4,8%	2,2%	100,0%
Rotterdam	63,2%	36,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%

Daarnaast is gekeken naar het percentage overnachtingen naar herkomst per dag. De onderstaande tabel geeft hier een indruk van:

	donderdag 1 juli 2010	vrijdag 2 juli 2010	zaterdag 3 juli 2010	zondag 4 juli 2010	
	Ploegenpresentatie/Toertocht	Activiteitendag	Proloog/Toertocht	1e etappe	Totaal
Buitenland	91,7%	100,0%	97,1%	88,9%	94,6%
Nederland	54,7%	49,0%	36,6%	26,1%	42,8%
Rotterdam	14,3%	8,7%	16,7%	0,0%	10,0%

Bij buitenlanders zijn met name budget hotels en camping populair. Bij Nederlanders vrienden en budget hotels.

Van Rotterdam Marketing en de projectmanager Marketing en Communicatie Peter Schuiten is vernomen, dat rondom de Grand Départ een week lang alle hotelkamers in Rotterdam en omstreken bezet zijn. Zoals in bijlage C te zien is, zijn dit in totaal 3.416 + 1.405 + 630 = 5.451 kamers. De kamers zijn zeven dagen bezet. 5.451 kamers waren 6 nachten bezet. Het totale aantal overnachtingen komt op 33.000.

Na gesprekken met de ASO en de politiecommissaris is naar voren gekomen, dat 1200 van deze kamers al zijn gereserveerd zijn door de ASO. Deze kamers zijn voor organisatie, pers en dergelijke.

	weet niet	vrienden	hotel 1-3	hotel 4/5	b&b	camping	totaal
Buitenland	€ -	€ -	€ 73,65	€ 107,27	€ 50,00	€ 24,93	€ 61,99
Nederland	€ -	€ -	€ 55,73	€ 116,64	€ 55,00	€ 15,38	€ 33,13
Rotterdam	€ -	€ -	nvt	nvt	nvt	nvt	€ -

### 5.6.2 Verdringingseffect

Tot slot is ook het verdringingseffect bekeken bij de overnachtingen:

De verdringing is berekend door rekening te houden met

- De totale capaciteit per accommodatietype
- De 'normale bezettingsgraad' per accommodatietype
- De additionele vraag per accommodatietype

	Excl. verdringing	Verdringing	Additioneel
hotel 1-3	24.995	63%	9.360
hotel 4/5	9.613	66%	3.256
b&b	1.545	3%	1.500
camping	10.008	0%	10.008
<b>Totaal</b>	<b>46.160</b>		<b>24.123</b>

Het totaal aan overnachtingen in betaalde accommodaties was 46.160. Het (gewogen) gemiddelde van de uitgaven per nacht aan betaalde accommodaties is €67 per persoon per overnachting. De totale uitgaven aan overnachtingen bedragen dan €3.118.000. Een deel hiervan is echter niet additioneel, omdat het geen rekening houdt met de verdringing van andere hotelgasten. Houden we wel rekening met deze effecten, dan blijft een bedrag van €1.320.000 over (ca. 42%). Daarnaast zijn de accommodatieprijzen gestegen. Op basis van informatie van de organisatie zijn wij uitgegaan van een prijsstijging van 40%, ofwel 40/140 van het betaalde bedrag aan logies (28,5%) is extra besteed als gevolg van het evenement. Dit betekent een extra impuls van €514.000. In totaal komen de bestedingen aan overnachtingen daarmee op €1.300.000 plus €514.000 is **€1.834.000**.

#### 4.5 Totale bezoekersbestedingen

In onderstaande tabel is schematisch het totaal aan bezoekersbestedingen weergegeven. Deze bestedingen delen mee in de economische impact.

Kolom1	Buit	NL	Rotterdam	Totaal
Voorbereiding	€ 16.000	€ 24.000	€ 3.000	€ 43.000
Ploegenpresentatie/Toertocht	€ 32.000	€ 128.000	€ 14.000	€ 174.000
Vrijdag Activiteitendag	€ 102.000	€ 430.000	€ 44.000	€ 576.000
Proloog/Toertocht	€ 2.103.000	€ 5.553.000	€ 677.000	€ 8.333.000
Start 1e etappe	€ 4.711.000	€ 1.950.000	€ 441.000	€ 7.102.000
Overnachtingen	€ 1.329.000	€ 505.000	€ -	€ 1.834.000
<b>Totaal</b>	<b>€ 8.293.000</b>	<b>€ 8.590.000</b>	<b>€ 1.178.000</b>	<b>€ 18.061.000</b>

#### 4.6 Teambestedingen

Aan de Tour de France nemen 22 wielerploegen deel. De uitgaven per ploeg verschillen. Ze komen voort uit diverse facetten:

- Overnachtingen
- Eten en drinken
- Vervoer
- Materieel (fietsen e.d.)
- Loon

Op basis van ervaringen bij andere wielerveerders is aangenomen dat de uitgaven per dag per ploeg €6.000 bedragen.<sup>3</sup> Er zijn 22 wielerploegen die deelnemen en zij zullen gemiddeld 6 dagen in Rotterdam zijn. De totale uitgaven bedragen dan: 22x 6 x 6000 euro = 792.000 euro.

<sup>3</sup> Bron: dhr. A. van Schendel, NHTV Breda.

## 5.7 Organisatorische bestedingen

### 5.7.1 Deelnemende ploegen

Aan de Tour de France nemen 22 wielerploegen deel. De uitgaven per ploeg verschillen. Ze komen voort uit diverse facetten:

- Overnachtingen
- Eten en drinken
- Vervoer
- Materieel (fietsen e.d.)
- Inhuur van personeel

Van de NHTV (de heer Albert van Schendel) is vernomen dat de teambestedingen per team per dag op ongeveer 6000 euro liggen.

Er zijn 22 wielerploegen die deelnemen en zij zullen gemiddeld 6 dagen in Rotterdam zijn.  
 $22 \times 6 \times 6000 \text{ euro} = 792.000 \text{ euro}$ .

### 5.7.2 Bestedingen van de Stichting Grand Départ en de ASO

De Stichting Rotterdam Grand Départ en de ASO zijn organiserende instanties die daadwerkelijk geld uitgeven voor het evenement.

De totale uitgaven van de ASO bedroegen 1,1 mln. Deze uitgaven van de organisatie zijn volgens opgave vrijwel volledig in Rotterdam besteed. De bestedingen die de ASO in haar begroting heeft opgenomen, dienen als additioneel te worden beschouwd. Deze bestedingen tellen dan ook zeker mee in de totale economische impact.

De Stichting Grand Depart Rotterdam 2010 heeft volgens de voorlopige realisatie in totaal 15 miljoen euro uitgegeven aan de Grand Depart. Drie miljoen euro namen externe partijen voor hun rekening in de vorm van sponsoring (waaronder een subsidie van VWS van €500.000). In de uitgaven zit een 'fee' van 2,5 miljoen euro om de Tourstart naar Rotterdam te halen.

Normaliter worden uitgaven van de overheid niet meegeteld in de economische impact, omdat zij vrijwel altijd uit de lopende begroting worden gefinancierd. Met andere woorden: normaliter verdringen deze uitgaven andere overheidsuitgaven en zijn dus niet additioneel. Voor de uitgaven in het kader van de Grand Départ is in 2009 een bestemmingsreserve gemaakt, dit betekent dat een deel van de (toevloeiing aan de) algemene reserve gereserveerd is voor de organisatie van het evenement. Omdat de uitgaven voor de Grand Depart uit de algemene reserves gefinancierd zijn, is er sprake van additionele bestedingen: er vinden immer uitgaven plaats die zonder het evenement niet hadden plaatsgevonden. In Keynesiaanse zin is er daarmee sprake van een additionele bestedingsimpuls.

Voorts is een belangrijk deel van de uitgaven besteed via de bedrijfspartners en het netwerk van Rotterdam Topsport en daarmee grotendeels in de gemeente Rotterdam terecht gekomen. Dit geldt uiteraard niet voor de fee aan de ASO, deze is derhalve afgetrokken van de totale uitgaven (zie tabel in par 4.5.4).

### 5.7.3 Mediabestedingen

Tijdens de organisatie waren er ca. 1.700 buitenlandse journalisten actief. De uitgaven van deze journalisten zijn in principe additioneel. Voor wat betreft hun dagbestedingen zijn we uitgegaan van de gemiddelde dagbestedingen van een bezoeker op zaterdag, die € 104 p.p. bedroegen. Voor wat betreft hun overnachtingen hebben we geen uitgaven meegenomen, omdat we al bij de normale bezoekers uit zijn gegaan van volledige bezetting tijdens het evenement en er daarom sprake is van verdringing van andere gasten. De totale uitgaven van de media worden daarmee vastgesteld op 884.000 euro.

#### 5.7.4 Overzicht

Het totaal aan bestedingen vanuit de organisatie bedroeg tijdens de Grand Départ 15,3 miljoen Euro, waarvan in totaal 12,5 miljoen vanuit de gemeente en 2,8 uit andere bronnen.

Bron	Bedrag
Bestedingen ASO	€ 1.100.000
Bestedingen ploegen	€ 792.000
Media bestedingen	884.000
Extra impuls uit reserves	15.000.000
Minus fee aan ASO	-2.500.000
<b>Totaal</b>	<b>15.276.000</b>

## 6 Relevante informatie naast Economische Impact

### 6.1 Media

Gedurende de Tourstart waren 2000 journalisten in Rotterdam aanwezig en 3500 mensen van de pers. Deze afvaardiging draagt er zorg voor dat de Grand Départ van de Tour de France over heel de wereld uitgezonden wordt. Wereldwijd hebben circa 17 miljoen tv-kijkers de Tourstart bekeken, waarvan 4.8 miljoen de live uitzending. Gedurende de 18 uur tv-uitzending waren 50 minuten luchtopnamen te zien. Tevens waren alle prominente gebouwen van de stad prominent in beeld. (Bron: Rotterdam Topsport)

### 6.2 Werkgelegenheid

Een evenement als de Tour de France genereert een tijdelijke toename van de werkgelegenheid. De factor beveiliging speelt hier de grootste rol in. Gedurende de start waren 2.500 politieagenten aanwezig die elk gemiddeld 4 uur ingezet werden. De agenten die werden ingezet kwamen niet alleen uit Rotterdam. Ook korpsen uit andere grote steden in Nederland en zelfs uit België en Frankrijk waren aanwezig om alles in goede banen te leiden.

Gedurende het evenement waren grote delen van de Rotterdamse binnenstad afgesloten. Om het verkeer in de stad in goede banen te leiden zijn er 500 verkeersregelaars ingezet gedurende de proloog, de 1<sup>e</sup> etappe en de tourrit.

Zoals hierboven al aangegeven waren vanuit de ASO 45 man van de Gendarmerie (Franse politie) aanwezig. Deze agenten worden tijdens de etappes ingezet voor het escorteren van de renners en de volgauto's. Gedurende de start van de Tour de France waren tijdelijk 3.300 extra werknemers nodig.

**Aan de (extra) werkgelegenheid is geen economische impact te koppelen. Lastig is om vast te stellen welke extra impact er door de extra werkgelegenheid wordt gegenereerd.**

### 6.3 Capaciteit Parcours

Voor de berekening van de capaciteit van het evenemententerrein worden twee onderdelen onderscheiden:

- Capaciteit aan de hekken
- Capaciteit van het terrein langs het parcours (achter de bezoekers aan de hekken)

Lengte	meters
Dordstelaan – Wilhelminaplein	2200
Rondje Bruggen	3800
VIP Boompjes	-250
VIP Willemsbrug	-300
Wilhelminaplein – Dordtselaan	2200
Dordtselaan - Zuiderparkweg	800
Totaal	<b>8450</b>

*Ruimte langs parcours in strekkende meters*

#### De capaciteit van het terrein langs het parcours

Het betreft hier de oppervlakte tussen de hekken en de eerste gevels op de straten van het parcours, minus de oppervlakte die nodig is voor de bezoekers aan de hekken. Daarnaast is rekening gehouden met de extra oppervlakte door pleinen en grote kruispunten een de negatieve

oppervlakte door de inrichting van activiteiten zoals VIP en ASO terreinen (bijvoorbeeld Strevelsweg, Boompjes(kade), Pleinweg, voorplein Ahoy, etc).

Voor de berekening van de norm (het aantal personen per m<sup>2</sup>) is rekening gehouden met bestaande obstakels (straatmeubilair en bomen), tijdelijke obstakels (catering en animatie) en de mogelijkheid om nog te kunnen bewegen.

<b>6.3.1.1 Locatie</b>	<b>m<sup>2</sup></b>
Vaanweide	
Finishlocatie (Ahoy-Zuidplein)	20.000
Startlocatie (Strevelsweg/Pleinweg)	7.500
Dordtselaan	17.000
Putselaan – Wilhelminapier	31.000
Erasmusbrug en kades noord	25.000
Willemsbrug en kades zuid	15.000
<b>totaal</b>	<b>115.500</b>

*Ruimte achter hekken parcours*

#### 6.4 Verdeling van vervoerswijze toeschouwer

Door middel van het stellen van de vraag met welke vervoersmiddelen de toeschouwers naar Rotterdam zijn gekomen, kan je makkelijk achterhalen welke vervoersmiddelen er in welke mate worden gebruikt. Vervolgens kunnen er uit de bevindingen conclusies getrokken worden. Het openbaar vervoer bijvoorbeeld kan dan haar aanbod beter aanpassen op de wensen van de reiziger.

Uit de enquêtes is de volgende verdeling gebleken:

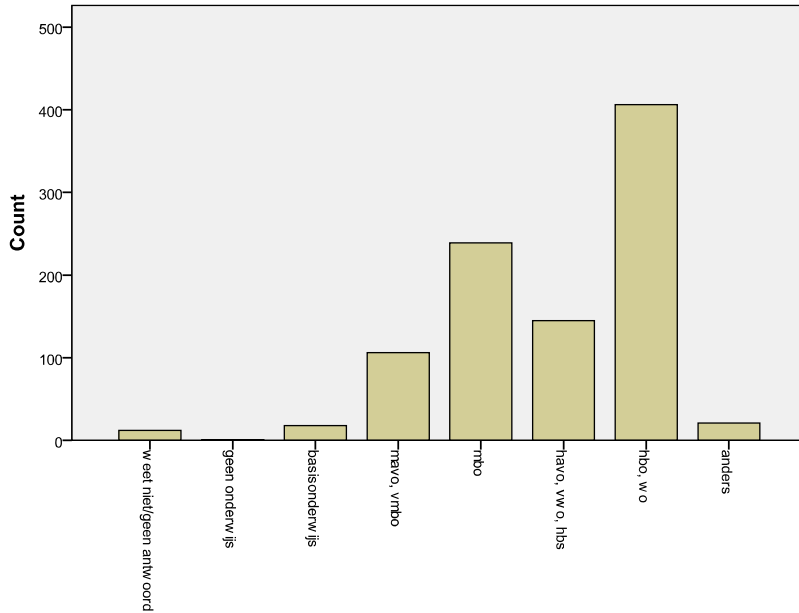
		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
wat is uw vervoersmiddel? <sup>a</sup>	weet niet/geen antwoord	9	,7%	,9%
	eigen auto/motor	255	19,3%	26,9%
	trein	224	17,0%	23,6%
	bus/metro/tram	427	32,4%	45,0%
	taxi	8	,6%	,8%
	fiets/bromfiets	193	14,6%	20,4%
	boot	12	,9%	1,3%
	lopend	176	13,4%	18,6%
	anders	14	1,1%	1,5%
Total		1318	100,0%	139,0%

Het totale 'percent of cases' is boven de 100%. Dit wordt verklaard door het feit dat de respondenten meerdere antwoorden konden invullen bij deze vraag.

Uit de tabel blijkt dat de meeste mensen voor het gemak van het openbaar vervoer kozen. 32.4 procent van de toeschouwers gaan met bus, tram of metro naar het spektakel. Ongeveer een vijfde van de toeschouwers parkeert ergens de auto.

Met deze informatie zou de organisatie van de Grand Départ, maar ook organisatoren van andere evenementen in Rotterdam de mogelijkheden tot vervoer naar de stad kunnen optimaliseren. In dit geval is het verstandig om het openbaar vervoer verder te stimuleren.

## 6.5 Verdeling opleidingsniveau toeschouwer



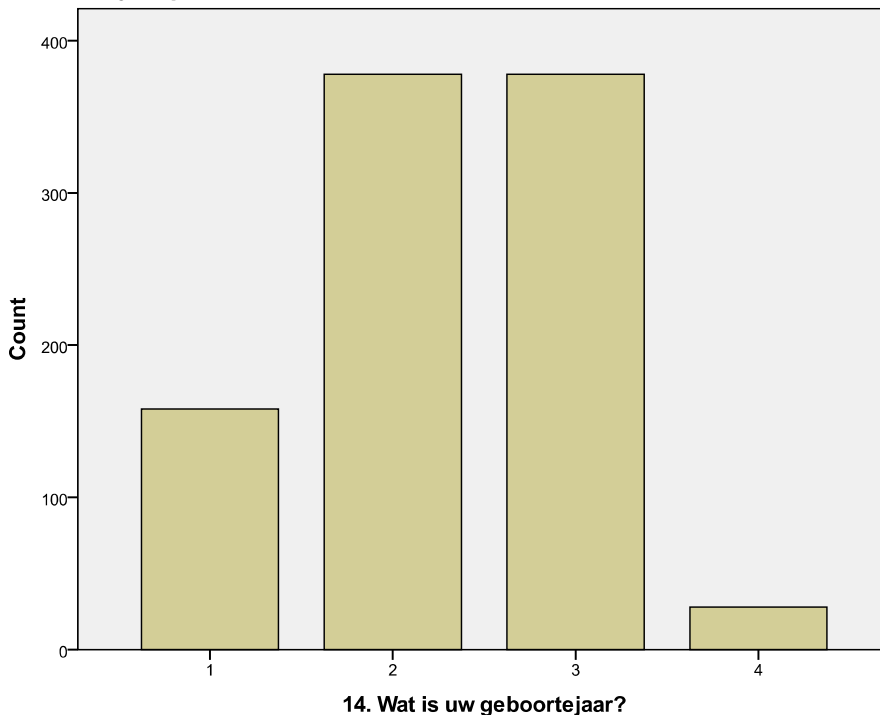
15. Wat is uw hoogst voltooide opleiding?

Uit bovenstaande tabel (942 respondenten) blijkt, dat de toeschouwers bij de Tour de France in Rotterdam redelijk hoog zijn opgeleid. Meer dan 400 van de 942 respondenten hebben HBO of WO opleiding voltooid. Op de tweede plaats komen de MBO'ers.





## 6.6 Leeftijdsopbouw



1 = 1920 t/m 1950

2= 1951 t/m 1970

3=1971 t/m 1990

4=1991 t/m 2010

De bovenstaande tabel laat zien dat een significant deel van de respondenten die aanwezig waren in Rotterdam tijdens de Grand Départ van middelbare en jong volwassen leeftijd zijn. Een kleine 775 respondenten (van de totaal 948) zijn geboren tussen 1951 en 1990. Dit betekent dat zij tussen de 20 en 60 jaar zijn. Tussen de leeftijdsgroepen 20-40 jaar en 40-60 jaar zit onderling weinig verschil. Noemenswaardig is echter ook de groep 'bejaarden' van 60 jaar en ouder. Zij zijn met zo'n 160 uit de 950 respondenten nog redelijk vertegenwoordigd.

## 6.7 Verdeling man/vrouw

17. Geslacht?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid weet niet/geen antwoord	21	2,2	2,2	2,2
man	657	69,3	69,3	71,5
vrouw	270	28,5	28,5	100,0
Total	948	100,0	100,0	

Na bestudering van de 948 enquêtes en bovenstaande tabel kan men grofweg zeggen dat de man/vrouw verhouding ongeveer 7:3 is.

## 6.8 Frequentie bezoeken

De totale duur van de Grand Départ in Rotterdam is 4 dagen. Dit hoeft niet te betekenen dat mensen maximaal 4 dagen blijven. In Londen bleek dat van de buitenlandse bezoekers 33% 4-6 nachten verbleef, 25% 5-7 nachten, 17% 8-10 nachten en bijna 25% bleef meer dan 10 nachten. Verder zijn nog rond de 2000 mensen van de pers aanwezig die op maandag en dinsdag arriveren en zondag weer vertrekken. Wat een gemiddelde verblijfsduur van 6 à 7 dagen betekend.

De volgende vragen uit de enquête zijn gebruikt om de gemiddelde verblijfsduur te berekenen:

\* Bent u langer in Rotterdam gebleven vanwege dit evenement?

\* Hoe lang bent u van plan Rotterdam te bezoeken? Of Hoe lang bent u van plan van huis te zijn?

**Dagen Frequencies**

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Welke dagen aanwezig? <sup>a</sup>	ploegenpresentatie in Rotterdam	412	20,4%	43,7%
	Activiteitendag (Rotterdam)	398	19,7%	42,3%
	Proloog	656	32,4%	69,6%
	1e etappe (Rotterdam-Brussel)	558	27,6%	59,2%
Total		2024	100,0%	214,9%

In bovenstaande tabel is af te lezen dat de proloog op zaterdag met 32.4% van de bezoeken het drukst is bezocht.

Het 'percent of Cases in de tabel geeft aan dat er gemiddeld meer dan één dag is bezocht door een enkele toeschouwer. Het percentage van 214,9% zegt dat de gemiddelde toeschouwer die is ondervraagd tijdens één van de dagen van de Tour 2,15 bezoeken heeft afgelegd.

De frequentie van de gemiddelde bezoeker is uitgekomen op gemiddeld 2,15 bezoeken.



## 7 Conclusies & aanbevelingen

### 7.1 Conclusies Economische Impact

De economische impact van de Grand Départ voor de gemeente Rotterdam die voortvloeit uit bestedingen van bezoekers en organisatie (exclusief gemeente) bedraagt **20,8 miljoen euro**.

Als we dit bedrag vergelijken met de impact van de start van de Vuelta 2009, die 5,3 miljoen bedroeg en de impact de start van de Giro (9,5 miljoen) dan blijkt de Tour de France qua impact met kop en schouders boven de andere twee uit te steken.

Bron	Bedrag
Bezoekersbestedingen	€ 18.061.000
Bestedingen ASO	€ 1.100.000
Bestedingen ploegen	€ 792.000
Media bestedingen	€ 884.000
Economische impact bezoekers en organisatie	€ 20.837.000

Daarnaast heeft de Gemeente Rotterdam uit de reserves een bedrag van 15 miljoen euro gefinancierd voor het evenement. Een deel daarvan, 2,5 miljoen euro, is afgedragen aan de ASO. De totale bestedingsimpuls van de Grand Départ bedroeg daarmee 33,3 miljoen euro. Deze bestedingen zijn een welkome extra impuls voor de economie in een periode van laagconjunctuur. Het is overigens niet correct om dit bedrag van 33,3 mln. als baten te beschouwen in een vergelijking met de kosten van 15 miljoen, aangezien er dan sprake is van een dubbeltelling van de uitgaven van 15 miljoen.

Bron	Bedrag
Economische impact bezoekers en organisatie	€ 20.837.000
Extra impuls uit reserves	€ 15.000.000
Minus fee aan ASO	€ -2.500.000
<b>Economische impuls incl overheid</b>	<b>€ 33.337.000</b>

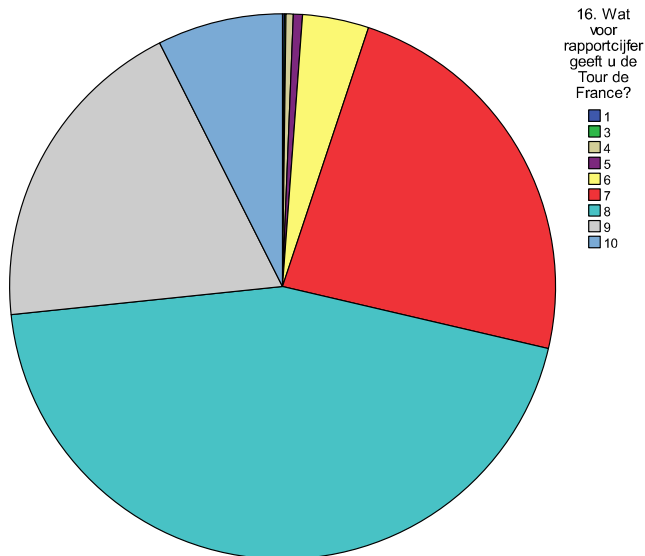
### 7.2 Waardering van het evenement

Uit 942 respondenten is gebleken dat de toeschouwers van de Tour de France in Rotterdam het evenement gewaardeerd hebben met gemiddeld een 7,98 op een schaal van 1 tot 10. Afgerond wordt het evenement dus gewaardeerd met een 8.

#### Descriptives

			Statistic	Std. Error
16. Wat voor rapportcijfer geeft u de Tour de France?	Mean		7,98	,034
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	7,91	
		Upper Bound	8,05	
	5% Trimmed Mean		8,00	
	Median		8,00	
	Variance		1,077	
	Std. Deviation		1,038	
	Minimum		1	
	Maximum		10	
	Range		9	
	Interquartile Range		2	
	Skewness		-,550	,080
	Kurtosis		3,003	,159

In onderstaand taartdiagram is te zien dat het merendeel van de respondenten het evenement heeft beoordeeld met een 7, 8 of 9.



## 7.3 Aanbevelingen

### 7.3.1 Aanbevelingen Rotterdam Topsport

- Door in de organisatie van het evenement meer contact met andere belanghebbende partijen op te zetten, zal de communicatie vloeiender verlopen. Voornamelijk in het contact met de omliggende gemeenten, is daar winst te boeken. Ook kan de organisatie van dergelijke evenementen vrijwilligers werven door bijvoorbeeld hogescholen aan te schrijven. Veel hogescholen zijn op zoek naar praktijkgerichte onderdelen voor hun lesprogramma's.
- Rotterdam Topsport zou nog meer prognosticerend te werk kunnen gaan door bij een volgend evenement ook de omliggende gebieden in de buurt van het parcours te analyseren. Op het moment is niet veel rekening gehouden met de invulling op verschillende nabij gelegen pleinen. Wat betreft de uit te voeren taken, is dit veel werk. Om een nog beter beeld te krijgen over de mogelijke aanloop van mensen, is dit een kans om bij latere evenementen bij stil te staan. Hierbij moet ook het contact met de politie optimaal gebruikt worden. De verwachting is dat het bezoekersaantal door deze maatregel zal stijgen.
- De promotie - en daarmee indirect de toestroom naar de stad - in het buitenland kan grootser opzetten. Buitenlandse bezoekers geven gemiddeld meer uit op een evenement dan een Nederlandse bezoeker en zijn daarom interessant voor de lokale economie. Rotterdam kan in landen als België en Frankrijk een grootse marketingactie opzetten waarbij de nadruk ligt op het bezoeken van de stad Rotterdam. Verstandig is het om een lang verblijf bij deze marketingactie aantrekkelijk te maken. Overnachtingen zorgen namelijk voor de meeste inkomsten voor de stad.
- Om de verblijfsduur van gasten te verlengen, is het mogelijk om nog verscheidene arrangementen bij een hotelovernachting aan te bieden. Voorbeelden zijn onder andere culinaire arrangementen, waarbij verschillende uitstekende restaurants in Rotterdam kunnen worden bezocht. Ook een Holland trip is een mogelijkheid. Hierbij worden de meest typisch Nederlandse attracties in Rotterdam en omgeving bezocht. Hierdoor worden de uitgaven van buitenlandse toeristen verhoogd en zal de impact op de lokale verhogen.
- Cafés zijn tijdens de Grand Départ langer open dan normaal. De extra bezoekers in Rotterdam en de standaard bezoekers zorgen dan voor extra inkomsten in de nacht uren. De inkomsten zijn vrijwel rechtstreeks toe te schrijven op het conto van de Grand Départ en zijn dus additioneel. Er is in dit rapport al rekening gehouden met de bestedingen van bezoekers die niet direct aan het parcours van de Grand Départ staan. Echter zijn de bestedingen in de avond- en nachturen nauwelijks meegenomen in de berekeningen. Door middel van het samenstellen van een panel van horeca-eigenaren die informatie kunnen verschaffen over de extra omzet tijdens een evenement, kan de lokale economische impact verhoogd worden. Dit kan voor een volgend onderzoeksteam een gegeven zijn om te onderzoeken.

### 7.3.2 Aanbevelingen Meerwaarde Onderzoeksbureau

- Verdringingseffecten zijn ook zichtbaar bij hotels. In de weken voor en na de Grand Départ kunnen hotels ook te maken krijgen met wisselende bezettingen, omdat veel mensen (bijv. zakenlieden) hun business uitstapjes expres om dit weekend heen plannen. Een manier om dit effect te meten kan zijn: Gegevens verzamelen van de 'normale' bezettingsgraad van verschillende hotels gedurende een weekend in de zomer. Vervolgens kunnen deze bezettingsgraden worden vergeleken met de bezettingsgraad het weekend voor en na het te onderzoeken evenement.
- Voor grote winkels rondom het evenement geldt in principe hetzelfde als voor hotels. Verdringingseffecten kunnen dan niet zichtbaar gemaakt worden met bezettingsgraden, maar met omzetverschillen. Mensen mijden winkelen in de grote stad vaak als er een groot evenement word gehouden. Vaak gaan zij dan winkelen in het weekend voor of na het evenement. Ook dit valt met omzetcijfers van andere weekenden te vergelijken.

- Het tellen van de toeschouwersaantallen is vaak lastig uit te voeren. Duidelijk moet zijn dat iedere enquêteur zijn eigen stuk van het parcours aangewezen krijgt en dat alle stukken naadloos op elkaar aansluiten. Echter blijft het 'met de hand' tellen van honderdduizenden mensen niet erg accuraat. Het is voor volgende evenementen een handige toevoeging als er een methode wordt ontwikkeld waarmee er een soort 'helikopter foto' wordt gemaakt van de toeschouwers rondom het parcours. Deze stilstaande beelden zijn makkelijker en over een langere periode te analyseren. Een andere mogelijkheid is het verbeteren van de huidige methode. Dit kan door het vragenformulier dat de enquêteurs krijgen, verder uit te breiden met meer specifieke vragen over het te onderzoeken gedeelte van het parcours.

### Verdringingseffect

Waarom vertrekken mensen uit de stad als daar een (grootschalig) evenement plaatsvindt? Redenen hiervoor zijn hieronder te vinden. Echter is het lastig om te bepalen hoe groot de 'uitstroom' uit de stad is. Hoeveel mensen ontvluchten de stad precies? Voor het berekenen van een economische impact is het van belang te weten hoeveel mensen de stad uittrekken. Deze personen dragen niet bij aan het verhogen van de economische impact, terwijl zij in potentie wel tot de doelgroep kunnen behoren.

Een mogelijkheid om hierachter te komen is het maken van een indeling. Deze indeling wordt gemaakt aan de hand van categorieën evenementen. Vervolgens worden percentages verbonden aan de hoeveelheid mensen die wegblijven.

De indeling van de categorieën evenementen vindt plaats op basis van:

1. Geluidshinder evenement
2. (On)Veiligheid evenement
3. Verkeershinder evenement
4. Aantrekkingskracht evenement bij lokale bevolking
5. Drukte evenement

De bovenstaande categorieën zijn gerangschikt van meest belangrijk naar minst belangrijk.

Er worden op dit moment al belevingsonderzoeken uitgevoerd door Meerwaarde. In de enquête die afgenomen wordt aan de deur bij omwonenden van een evenement kunnen meerdere vragen worden opgenomen die dit effect beter in kaart brengen.

