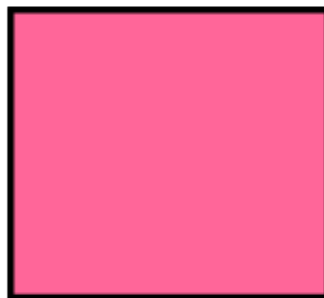
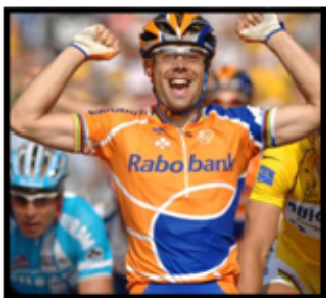
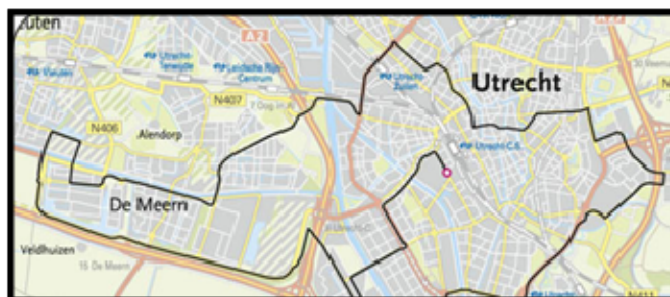
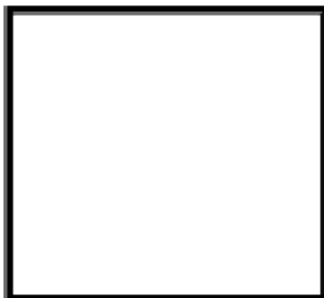


## Impact Giro d'Italia Utrecht

Definitief-concept



Opdrachtgever: Provincie Utrecht

ECORYS Nederland BV  
*Michel Briene*  
*Elvira Meurs*  
*Manfred Wienhoven*

Rotterdam, 29 juli 2010



ECORYS Nederland BV  
Postbus 4175  
3006 AD Rotterdam  
Watermanweg 44  
3067 GG Rotterdam

T 010 453 88 00  
F 010 453 07 68  
E [netherlands@ecorys.com](mailto:netherlands@ecorys.com)  
W [www.ecorys.nl](http://www.ecorys.nl)  
K.v.K. nr. 24316726

ECORYS Regio, Strategie & Ondernemerschap  
T 010 453 87 99  
F 010 453 86 50



# Inhoudsopgave

<b>Voorwoord</b>	<b>7</b>
<b>Management samenvatting</b>	<b>9</b>
<b>1 Inleiding</b>	<b>13</b>
1.1 Aanleiding en doel	13
1.2 Werkwijze	13
1.3 Leeswijzer	14
<b>2 De Giro in Utrecht</b>	<b>15</b>
2.1 Inleiding	15
2.2 Kenmerken	15
2.3 Giro in breder perspectief	18
<b>3 Bezoekers aan de Giro</b>	<b>19</b>
3.1 Inleiding	19
3.2 Bezoekersprofiel	19
3.3 Bezoekersaantal	21
3.4 Verblijfsduur en bestedingen	21
<b>4 Economische effecten</b>	<b>27</b>
4.1 Inleiding	27
4.2 Bestedingseffecten van bezoekers van de Giro	27
4.2.1 Bestedingseffecten van bezoekers	27
4.2.2 Toegevoegde waarde en werkgelegenheid	29
4.3 Bestedingen organisatie en ploegen	29
4.4 Doorwerking in de regionale economie	30
4.5 Media Exposure	31
4.6 Uitstralingseffecten op de middellange en lange termijn	31
<b>5 Conclusies en aanbevelingen</b>	<b>33</b>
<b>Geraadpleegde bronnen</b>	<b>35</b>
<b>Bijlage 1 Begrippenlijst</b>	<b>36</b>
<b>Bijlage 2 Toelichting IO-analyse</b>	<b>38</b>



# Voorwoord

De Giro d'Italia, de Ronde van Italië wordt samen met de Ronde van Frankrijk (Tour de France) en de Ronde van Spanje (Vuelta a España) als de belangrijkste rittenkoers van de wereld gezien. In mei dit jaar startte de Giro in Nederland en deed daarbij tijdens de eerste etappe op 9 mei ook de provincie Utrecht aan met een finish in het centrum van de Domstad. In de aanloop naar deze etappe zijn er in de stad en provincie Utrecht verschillende Giro-evenementen georganiseerd waaronder de toerversie op zaterdag 8 mei. Op verzoek van de Provincie Utrecht heeft ECORYS de economische impact van dit evenement voor de provincie Utrecht in beeld gebracht. In deze rapportage worden de resultaten gepresenteerd.

De studie is binnen ECORYS uitgevoerd door Michel Briene, Elvira Meurs en Manfred Wienhoven. Het veldwerk is verricht door Dimensus Beleidsonderzoek te Breda. Vanuit de opdrachtgever is het onderzoek begeleid door Aart Reurink en Elz Mooij. Wij zijn de leden van de begeleidingscommissie erkentelijk voor de vruchtbare discussies en gemaakte opmerkingen naar aanleiding van tussentijdse notities en het conceptrapport. De eindverantwoordelijkheid voor aanpak, resultaten en inhoud van deze rapportage berust uiteraard uitsluitend bij ECORYS.





# Management samenvatting

## Aanleiding en doel studie

### 1) *Giro stimulans voor stad, regio en sporter*

Dit jaar was een bijzonder jaar voor de provincie Utrecht. Door de komst van een van de grootste wielerrondes ter wereld, kwam de provincie Utrecht, en de stad Utrecht in het bijzonder, dit jaar volop in de spotlights te staan. Het binnenhalen van een evenement als de Giro d'Italia levert echter meer op dan alleen naamsbekendheid. Toeschouwers en deelnemers hebben onderdak nodig; wielersfans komen op het evenement af en doen bestedingen in de stad en op andere plekken langs het parcours. Voor bedrijven is het evenement een mogelijkheid om aan relatiemarketing te doen terwijl media reportages maken van Utrecht en omgeving, etc.

### 2) *Economische effectrapportage om tot meer inzicht te komen*

Met de organisatie van de Giro d'Italia is een bepaald bedrag aan financiële middelen van de Provincie gemoeid. Om goed onderbouwd verantwoording te kunnen afleggen over deze investering, heeft de Provincie Utrecht een studie naar de economische impact van de Giro d'Italia voor de regio Utrecht laten uitvoeren. In deze samenvatting worden de belangrijkste resultaten van deze studie gepresenteerd.

## Economische effecten Giro d'Italia voor Utrecht

### 3) *Giro trok 430.000 bezoekers*

Op de dag dat de etappe van Amsterdam naar Utrecht plaatsvond, hebben circa 390.000 bezoekers het evenement in de provincie bezocht. Daarnaast waren er nog eens 50.000 bezoekers aan de verschillende evenementen die voorafgaand aan de etappe zijn georganiseerd. Vooral de toerversie is voorafgaand aan de etappe goed bezocht. Uit de enquêtes die onder andere zijn afgenomen onder de bezoekers van het evenement blijkt dat men heeft genoten. De bezoekers geven de Giro als geheel als rapportcijfer gemiddeld bijna een 8.

### 4) *Giro evenement met bovenregionale, (inter)nationale uistraling*

De Giro heeft relatief veel bezoekers van buiten de provincie getrokken. Van alle bezoekers is ongeveer 31% woonachtig buiten de provincie, elders in Nederland of in het buitenland. Gemiddeld 69% van de bezoekers komt uit de provincie Utrecht zelf. Wat verder opvalt, is het hoge aandeel inwoners uit Utrecht op de Utrechtse Heuvelrug en het Stadgewest Utrecht. Veel bezoekers van buiten de provincie hebben ervoor gekozen in de stad Utrecht te gaan kijken naar de Giro. Dit is te verklaren doordat hier ook veel van de activiteiten waren geconcentreerd.

5) *Extra bestedingen voor de regionale economie: € 3,6 en € 6,9 miljoen (netto)*

Op basis van de verkregen informatie uit enquêtes die zijn afgenomen onder passanten, inwoners van de provincie en het bedrijfsleven blijkt dat de bezoekers aan de Giro voor een bedrag van €9,1 miljoen hebben besteed. Niet al deze bestedingen zijn ook echt additioneel. Niet alle bezoekers kwamen immers speciaal voor de Giro d'Italia naar de provincie Utrecht (of, in geval van iemand die in Utrecht woont, bleven speciaal voor de Giro zijn thuis). Daarbij komt dat een deel van de bestedingen afvloeit naar buiten de provinciegrenzen. Het netto effect voor Utrecht valt derhalve lager uit en bedraagt tussen de €3,6 en €6,9 miljoen.

6) *Vooraf horeca heeft geprofiteerd*

Vooraf bedrijven uit de horecasector (cafés, restaurants, hotels, e.d.) hebben geprofiteerd van de organisatie van de evenement. Het aandeel van de horecabestedingen in de totale bestedingen bedroeg bijna 60%. De detailhandel heeft ondanks het inlassen van de extra koopzondag op 9 mei in Utrecht eigenlijk nauwelijks profijt gehad van de Giro.

7) *Giro vooral ook een feest voor stad en provincie*

Organisatie van de Giro genereert bestedingen, werkgelegenheid en media aandacht. Daarnaast is de Giro echter vooral ook een feest voor de stad geweest. Het evenement was gratis toegankelijk en draagt (net als andere evenementen) bij aan een levendige en aantrekkelijke stad en regio. Het evenement past bovendien in het beleid om Utrecht, onder andere via de organisatie van grote sportevenementen, nadrukkelijker te profileren. Een sportevenement als de Giro kan daarbij ook worden gezien als stimulant om meer te bewegen. Illustratief in dit verband is het grote aantal deelnemers aan de toertocht die voorafgaand aan de eigenlijke Giro etappe in de provincie is georganiseerd.

## Conclusies en aanbevelingen

8) *Giro heeft value for money geboden*

Bij aanvang van de Giro waren de verwachtingen hooggespannen. Op basis van de uitgevoerde analyse concluderen wij dat deze verwachtingen ook inderdaad zijn waargemaakt. De totale kosten van het evenement (circa €2,5 miljoen euro) zijn via de bestedingen van de bezoekers (ruimschoots) teruggevloeid naar de lokale en regionale economie. Daarnaast heeft de provincie Utrecht rondom het evenement veel media-exposure gegenereerd, waardoor bij een groter publiek bekend is wat Utrecht allemaal te bieden heeft op cultuur-historisch en toeristisch gebied. Hoewel niet nader gekwantificeerd mag verwacht worden dat hierdoor op termijn het economisch rendement van de investeringen nog iets verder oploopt.

9) *Bruikbare lessen bij mogelijke volgende (sport)evenementen*

Hoewel overall de beoordeling van het evenement positief is, zijn er mede op basis van hetgeen stakeholders in de gesprekken naar voren hebben gebracht een aantal belangrijke aandachtspunten en bruikbare aanbevelingen voor de organisatie van

mogelijke volgende grootschalige (sport)evenementen in de provincie Utrecht te benoemen:

- De bereikbaarheid gedurende het evenement blijft een belangrijk aandachtspunt. In verband met het afsluiten van het parcours waren bepaalde delen van de stad Utrecht op zondag 9 mei slecht of niet bereikbaar met de auto. Problemen met de bereikbaarheid zijn overigens inherent aan het organiseren van een evenement als de Giro, maar juist daarom is het van belang hieraan veel extra aandacht te schenken.
- Door late besluitvorming over wat er precies ging gebeuren, is de promotie rondom de extra koopzondag in de binnenstad van Utrecht niet optimaal geweest. Wanneer eerder duidelijkheid over de extra koopzondag was geweest, had deze beter gepromoot kunnen worden wat naar verwachting ook een groter winkelend publiek en daarmee hoger economisch rendement had opgeleverd.
- In zijn algemeenheid een leerpunt is meer rendement te halen uit de aanloopfase. De PR rondom het evenement is in Utrecht pas laat op gang gekomen en werd eigenlijk pas zichtbaar op het moment dat overal door de provincie borden werden geplaatst met waarschuwing voor ernstige verkeerhinder op 8 en 9 mei. Dit had achteraf gezien beter gekund.
- Het is voor de ontwikkeling van de regio goed te proberen het momentum dat er nu is vast te houden. De ervaringen van partijen met de Giro zijn over het algemeen positief en er is een breed besef dat dergelijke evenementen een positieve bijdrage kunnen leveren aan de sociaal-economische ontwikkeling van stad en regio. Overheid (provincie en gemeenten) zouden hiervoor een samenhangend en overkoepelend kader moeten schetsten. Het zou zonde zijn wanneer niets gedaan werd met de kennis en ervaringen die zijn opgedaan met de organisatie van het evenement en de samenwerking die ontstaan is op lokaal en regionaal niveau te laten verwateren.



# 1 Inleiding

## 1.1 Aanleiding en doel

### *Giro stimulans voor stad, regio en sporter*

Dit jaar was een bijzonder jaar voor de provincie Utrecht. Door de komst van een van de grootste wielerrondes ter wereld, kwam de provincie Utrecht, en de stad Utrecht in het bijzonder, dit jaar volop in de spotlights te staan. Het binnenhalen van een evenement als de Giro d'Italia levert echter meer op dan alleen naamsbekendheid. Toeschouwers en deelnemers hebben onderdak nodig; wielersfans komen op het evenement af en doen bestedingen in de stad en op andere plekken langs het parcours. Voor bedrijven is het evenement een mogelijkheid om aan relatiemarketing te doen terwijl media reportages maken van Utrecht en omgeving, etc.

### *Economische effectrapportage om tot meer inzicht te komen*

Met de organisatie van de Giro d'Italia is een bepaald bedrag aan financiële middelen van de Provincie gemoeid. Om goed onderbouwd verantwoording te kunnen afleggen over deze investering, heeft de Provincie Utrecht een studie naar de economische impact van de Giro d'Italia voor de regio Utrecht laten uitvoeren. In deze rapportage worden de resultaten van deze studie gepresenteerd.

## 1.2 Werkwijze

### *Dataverzameling*

Om zicht te krijgen op de economische impact van de Giro d'Italia voor de regio Utrecht zijn op 8 mei tijdens de toertocht en op 9 mei gedurende de etappe Amsterdam-Utrecht op verschillende plaatsen langs het parcours passantenenquêtes uitgevoerd. Om inzicht te krijgen welk deel van de bewoners naar de Giro is gaan kijken op 8 of 9 mei is tevens een telefonische enquête verricht onder een steekproef van de bewoners van de provincie Utrecht. Om te bezien in hoeverre ondernemers profiteren van de Giro is tenslotte een telefonische enquête afgenomen onder ondernemers in de horeca in de provincie.

### *Steekproef en respons*

Op locatie zijn in totaal 717 enquêtes afgenomen waarvan 211 tijdens de toertocht op 8 mei en 506 gedurende de etappe op 9 mei. Tijdens de toertocht is alleen in de stad Utrecht (Neude en Croeselaan) geënquêteerd. Gedurende de eerste etappe zijn enquêtes afgenomen op een aantal plaatsen langs het parcours in de provincie Utrecht.

Tabel 1.1 Bezoekersenquête: aantal afgenomen enquêtes onder bezoekers van de Giro naar locatie

	8-mei	9-mei	Totaal
Soest		66	66
Amerongen		20	20
Rhenen		19	19
Wijk bij Duurstede		20	20
Houten		43	43
Nieuwegein		48	48
Leidsche Rijn		42	42
Utrecht Neude	156	130	286
Utrecht Croeselaan	55	118	173
<b>Totaal</b>	<b>211</b>	<b>506</b>	<b>717</b>

Voor de bewonersenquête is een (netto) steekproef van 2.046 inwoners uit de provincie Utrecht getrokken. In totaal hebben 753 inwoners medewerking verleend aan het onderzoek. De respons komt hiermee uit op 37%.

Tabel 1.2 Bewonersenquête: aantal afgenomen enquêtes onder inwoners uit Utrecht naar regio

	Aantal	%
Utrechtse Heuvelrug	286	38%
Stadsgewest Utrecht	173	23%
Utrecht	133	18%
Overig deel provincie Utrecht	161	21%
<b>Totaal</b>	<b>753</b>	<b>100%</b>

### 1.3 Leeswijzer

In **hoofdstuk 2** gaan we eerst kort in op het evenement Giro d'Italia en in het bijzonder de manier waarop hier in de provincie Utrecht invulling aan is gegeven. Hierna gaat **hoofdstuk 3** in op de bezoekers aan de Giro in de provincie Utrecht. Wat de Giro d'Italia de provincie Utrecht uiteindelijk heeft opgeleverd (of naar verwachting nog zal opleveren) komt aan bod in **hoofdstuk 4**. Tenslotte worden in **hoofdstuk 5** de conclusies en aanbevelingen gegeven.

## 2 De Giro in Utrecht

### 2.1 Inleiding

De 93<sup>e</sup> Giro d'Italia is op zaterdag 8 mei 2010 gestart met een individuele tijdrit van 8,4 kilometer door het centrum van Amsterdam. De volgende dag is het peloton voor de eerste etappe vanuit Amsterdam vertrokken naar Utrecht met de Croeselaan in het centrum van Utrecht als finish. Een dag later, op maandag 10 mei, vond de tweede etappe plaats van vanuit Amsterdam naar Middelburg.

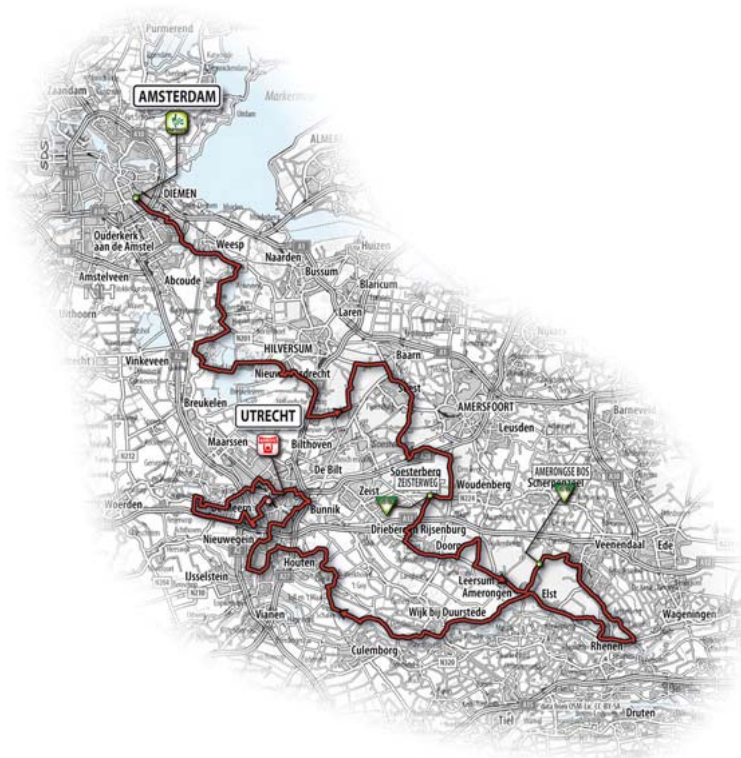
In dit hoofdstuk wordt kort ingegaan op het evenement Giro d'Italia en in het bijzonder de manier waarop hier in de provincie Utrecht invulling aan is gegeven.

### 2.2 Kenmerken

#### *Parcours*

Het parcours van de Giro d'Italia startte op 9 mei in Amsterdam om vervolgens via Diemen en Weesp richting Provincie Utrecht te gaan. Het parcours van de Giro d'Italia deed in de Provincie Utrecht veertien gemeenten aan: Baarn, Houten, Leusden, Loenen, Maarssen, Nieuwegein, Rhenen, Soest, Utrecht (stad), Utrechtse Heuvelrug, Veenendaal, Wijk bij Duurstede, Woudenberg en Zeist. Op onderstaande kaart is de loop van het parcours te zien.

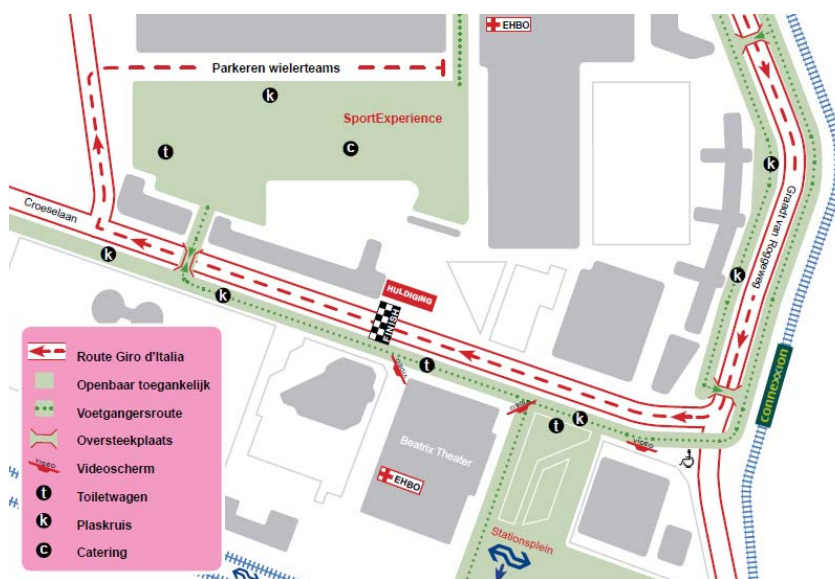
Figuur 2.1 Parcours Giro d'Italia in de Provincie Utrecht



Bron: giromiddelburg.nl

De stad Utrecht zelf werd door het peloton aangedaan vanuit Nieuwegein aan de Zuidkant van de stad, om vervolgens via de binnenstad naar de Meern te rijden. Daarna reed het peloton de stad weer binnen via de Westkant en vond de finish van het parcours plaats op de Croeselaan in het centrum van Utrecht.

Figuur 2.2 Finish Giro d'Italia in Utrecht



Bron: Ronde van Italië Utrecht.nl



### Evenementen

Vooraf aan het eigenlijke evenement op 9 mei, vonden diverse sport en culturele evenementen plaats. Op 8 mei werd bijvoorbeeld een toertocht gereden, waaraan veel amateurrijders hebben meegedaan. In onderstaand kader is een overzicht opgenomen van de verschillende evenementen die rondom de Giro in de provincie Utrecht zijn georganiseerd.

#### Sportevenementen

•	Wielerronde Amerongen en Leersum	28 april
•	Dikke Banden Race: Opgeven is geen optie (Amerongen)	3 -9 mei
•	Dikke Bandentocht (Wijk bij Duurstede)	5 mei
•	Amateur wielertocht Driebergen	6 mei
•	Toerversie Giro d'Italia	8 mei
•	Etappe Giro d'Italia	9 mei
•	Sport Experience Utrecht	9 mei
•	8.000 kilometer op fitnessfietse	9 mei
•	Basketbal en nog enkele sporten (Soest)	9 mei
•	Rabobank Dikke Bandenrace (Soest)	9 mei
•	Rabobank Tijdrit (Soest)	9 mei
•	Rabobank Weelersprint (Soest)	9 mei
•	Italiaanse elfstedentocht op skates (Soest)	9 mei
•	Spinningmarathon tijdens de Giro (Amerongen)	9 mei
•	Ligfietsdemonstratie (Wijk bij Duurstede)	9 mei
•	Spinnen in de stationshal Utrecht	9 mei

#### Culturele evenementen

•	Ronde van Italië in Amerongen	1 – 15 mei
•	Gelati Gelati (Driebergen)	1 – 9 mei
•	Literair festival Una Giornata Rosa	2 mei
•	Bella Italia in Kunstkerk Doorn	2 – 9 mei
•	Italiaanse Film (Wijk bij Duurstede)	3 – 7 mei
•	Muziek aan de gracht (Utrecht)	8 mei
•	Gondelparade in Italiaanse stijl (Utrecht)	8 mei
•	Utrecht proeft de Giro	8 – 9 mei
•	Giro d'Italia in Amerongen	8 – 9 mei
•	Italiaanse bespeling carillon Domtoren Utrecht	9 mei
•	Openstelling molens Wijk bij Duurstede	9 mei
•	Italiaanse auto's opgesteld op de markt (Wijk bij Duurstede)	9 mei
•	Italo dance party (Houten)	9 mei
•	Giro d'Italia Esperienza (Houten)	9 mei
•	B2B Trade event voor sportuitrusting (Jaarbeurs Utrecht)	11 mei

### *Kosten*

De totale kosten voor de organisatie van het evenement in de provincie Utrecht zijn in de aanloop naar de Giro becijferd op €2,5 miljoen. Voor de dekking van deze kosten heeft de Provincie Utrecht een bedrag van €0,5 miljoen vrijgemaakt. Daarnaast zijn bijdragen geleverd door de gemeente Utrecht en hebben diverse gemeenten waar de Giro doorheen is gekomen meebetaald aan de kosten. Bovendien hebben vijf individuele sponsors en het Business Peloton Utrecht een aanzienlijk bedrag bij elkaar gebracht.

## 2.3 Giro in breder perspectief

### *Evenementkader Provincie Utrecht*

De komst van de Giro past in het provinciale beleid om de provincie Utrecht via het organiseren van evenementen nadrukkelijker te profileren. In het evenementenkader uit 2008 wordt het doel van het provinciale evenementenbeleid nader geconcretiseerd. Daarbij wordt erkend dat evenementenbeleid goed is voor de positieve beeldvorming over de provincie en de zichtbaarheid van een actieve Provincie wordt vergroot. Het klimaat voor initiatiefnemers en publiek wordt gunstig waardoor er meer in de provincie gebeurt. Dat is goed voor de economische positie van de provincie Utrecht en concurrentiekracht van de regio ten opzichte van andere gebieden in Nederland en daarbuiten.

### *Evenementen en festivals in Utrecht*

Net als de provincie voert ook de gemeente Utrecht een actief beleid om evenementen en festivals aan de stad te binden. In de nota “evenementen en festivals in Utrecht” (juni 2009) wordt deze keuze onderbouwd met de constatering dat dergelijke bijeenkomsten bijdragen aan de leefbaarheid en het versterken van de sociale cohesie in Utrecht. Daarnaast speelt mee dat evenementen en festivals economische activiteit en werkgelegenheid opleveren., zorgen voor koopkracht toevloeiing en invloed hebben op het imago en de economische activiteit in de stad. De organisatie van een belangrijk sportevenement als de Giro past in dit beeld. Eerder is samen met de provincie geprobeerd om de Grand Depart naar Utrecht te halen, maar dit evenement is zoals bekend naar Rotterdam gegaan.

## 3 Bezoekers aan de Giro

### 3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk komt het bezoek aan de Giro aan de orde. Op basis van de uitkomsten van de passantenenquête en de enquête onder inwoners van de provincie, gaan we eerst in op de belangrijkste kenmerken van de bezoekers van het evenement. Daarna geven we inzicht in het aantal bezoekers dat de Giro heeft getrokken. Tot slot komen de verblijfsduur en het uitgavenpatroon aan bod.

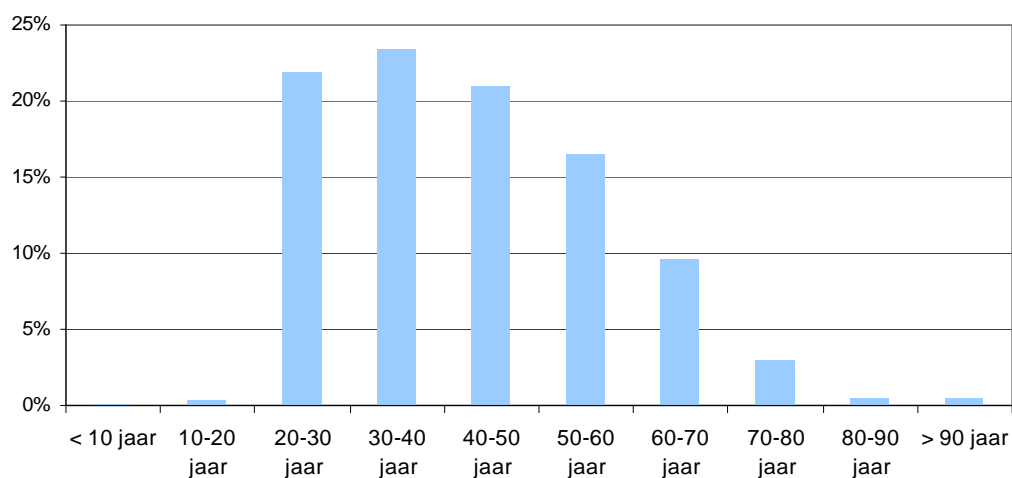
### 3.2 Bezoekersprofiel

#### *Kenmerken bezoekers*

Van het totale aantal bezoekers aan de Giro was tweederde deel man en een derde deel vrouw. Tijdens de zaterdag was de verhouding man/vrouw 3:1. Op de zondag lag het aandeel vrouw iets hoger, namelijk 36%.

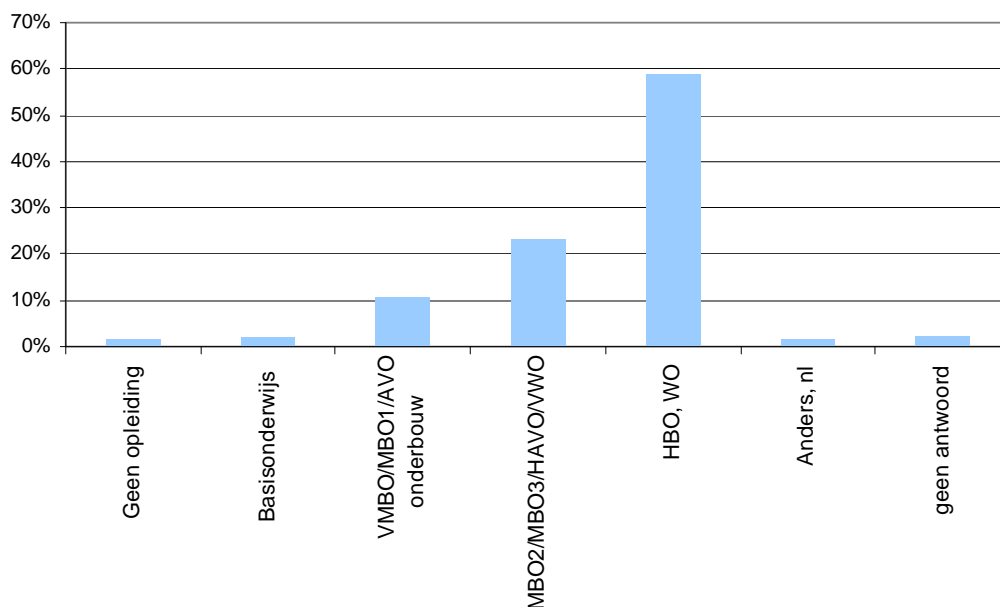
Onderstaande figuur 3.1 geeft inzicht in de leeftijdsopbouw van de bezoekers. Tijdens de zaterdag lag het aandeel uit de lagere leeftijdscategorieën iets hoger dan tijdens de zondag.

Figuur 3.1 Leeftijd bezoekers aan de Giro



Figuur 3.2 laat de verdeling van het opleidingsniveau van bezoekers aan de Giro zien. Het opleidingsniveau ligt opvallend hoog. Gemiddeld over het parcours heeft bijna 60% van de bezoekers een opleiding op HBO of WO niveau genoten.

Figuur 3.2 Opleidingsniveau bezoekers van de Giro



### *Herkomst bezoekers*

De economische impact van de Giro voor de provincie Utrecht zal groter zijn naarmate een groter deel van de bezoekers afkomstig is van buiten de provincie. De tabel hieronder geeft inzicht in de herkomst van de bezoekers. Gemiddeld **69% van de bezoekers komt uit de provincie Utrecht** zelf. De rest is woonachtig buiten de provincie, elders in Nederland of in het buitenland.

Wat opvalt is het hoge aandeel inwoners uit Utrecht op de Utrechtse Heuvelrug en het Stadsgewest Utrecht. Veel bezoekers van buiten de provincie hebben ervoor gekozen in stad Utrecht te gaan kijken naar de Giro.

Tabel 3.1 Herkomst bezoekers aan de Giro op de verschillende locaties

	Utrechtse Heuvelrug	Stadsgewest Utrecht	Utrecht	Totaal
Provincie Utrecht	80%	86%	61%	69%
Elders uit Nederland	16%	13%	33%	26%
Buitenland	4%	1%	6%	4%
<b>Totaal</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### 3.3 Bezoekersaantal

#### *Raming bezoekersaantal*

**Naar schatting hebben ongeveer 445.000 mensen de Giro in Utrecht bezocht.** Dit is beduidend meer dan de 150.000 bezoekers waar vooraf rekening mee werd gehouden. Het aantal bezoekers op de zaterdag bedroeg bijna 50.000. Op de zondag, de etappedag zelf, heeft de Giro dus ruim 390.000 bezoekers getrokken.

Het bezoekersaantal is becijferd aan de hand van de enquêteresultaten. Hoe dit is gebeurd, is terug te vinden in onderstaand kader.

#### **Werkwijze raming bezoekersaantal Giro 2010**

Om het aantal bezoekers aan de Giro 2010 in de provincie Utrecht te becijferen, is een aantal ingrediënten nodig. Deze ingrediënten zijn verkregen door het afnemen van een enquête onder passanten en bewoners uit de provincie Utrecht.

De bewonenquête geeft inzicht in het totaal aantal bezoeken door inwoners uit de provincie Utrecht. We weten dat 25% van de respondenten naar de Giro is gaan kijken. Omgerekend naar de totale bevolkingspopulatie gaat het dan om rond de 305.000 bezoekers uit de provincie Utrecht zelf. Op basis van de verhouding tussen bezoekers uit de provincie Utrecht en bezoekers van buiten de regio kan vervolgens het totale bezoekersaantal bepaald worden. Het aandeel bezoekers uit de regio volgt uit de passantenenquête en bedraagt ongeveer 69%. Zie ook tabel 3.1. Dit betekent dat 31% van de bezoekers afkomstig is van buiten de provincie. Dit komt overeen met ca. 140.000 bezoekers. Het totale bezoekersaantal bedraagt dus  $305.000 + 140.000 = 445.000$  bezoekers.

#### *Tellingen langs het parcours*

Op zaterdag en zondag zijn door de politie tellingen gehouden langs het parcours. Volgens deze tellingen zouden zo'n 500.000 mensen langs de route van het parcours hebben gestaan. Waarvan de helft in de stad Utrecht en de helft op andere plekken langs de route in de provincie. Dit zou betekenen dat het aan de hand van de enquêteresultaten becijferde bezoekersaantal te laag is ingeschat. Dit komt mede doordat in de politietellingen vrijwel zeker dubbeltellingen voorkomen. Tijdens de dag zijn er mensen van de ene locatie in de stad verplaatst om het peloton elders in de stad nogmaals langs te zien komen. Daarbij moet nog opgemerkt worden dat de politie door de telmethode die wordt gebruikt vrij zeker is over het aantal bezoekers in de stad Utrecht, maar een stuk minder zeker kan zijn over de juistheid van de tellingen elders langs de route.

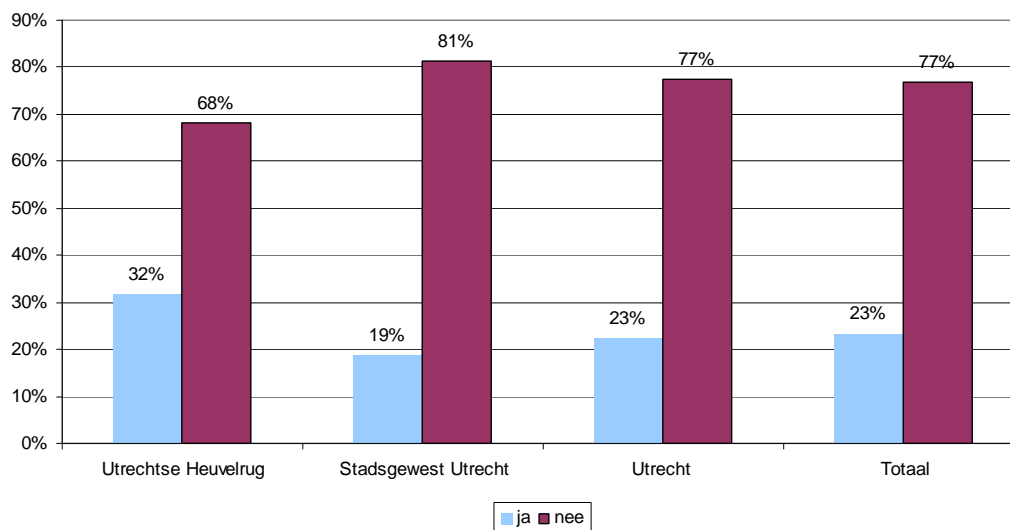
### 3.4 Verblijfsduur en bestedingen

#### *Verblijfsduur en overnachtingen*

**Bezoekers van buiten de provincie hebben gemiddeld 2 dagen doorgebracht in de provincie Utrecht.** Hoewel de gemiddelde verblijfsduur meer dan een dag is, verblijft

“maar” 23% op een logeeraadres (zie figuur 3.3.). De meerderheid van de bezoekers reist dus op en neer tussen Utrecht en huis.

Figuur 3.3 Verbleeft u tijdens uw bezoek hier op een logeeraadres?



**De bezoekers aan de Giro hebben in totaal 33.500 overnachtingen op een logeeraadres doorgebracht.** Figuur 3.4 geeft de verdeling van de overnachtingen naar logeeraadres weer. Het merendeel (59%) van de bezoekers die een of meerdere nachten blijft, overnacht bij familie, vrienden of kennissen. Het aandeel bezoekers dat verblijft in een hotel of B&B bedraagt 34%. De resterende 7% verblijft in een ander type accommodatie, bijvoorbeeld een camping of vakantiebungalow.

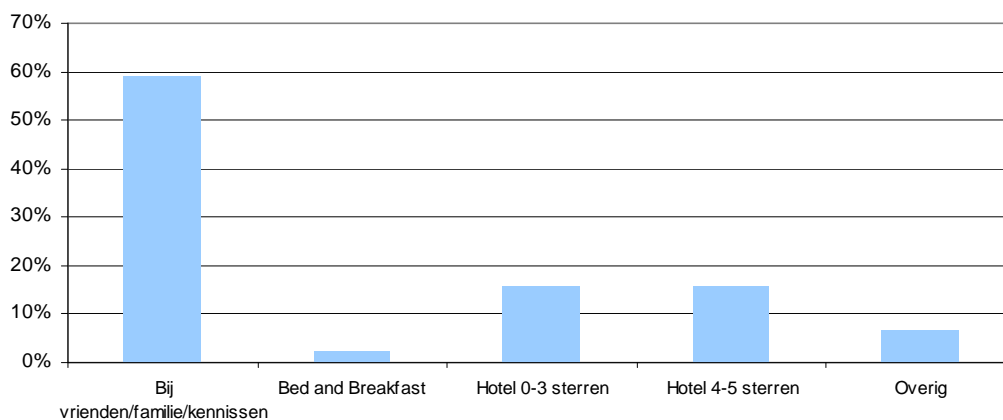
### Werkwijze raming overnachtingen Giro 2010

Het aantal overnachtingen laat zich bepalen aan de hand van informatie uit de passantenenquête betreffende de herkomst en verblijfsduur van Giro bezoekers.

31% van de bezoekers afkomstig is van buiten de provincie. Dit komt overeen met ca. 140.000 bezoekers. Van deze groep overnacht 23% op een logeeraadres. Het gemiddelde aantal overnachtingen is 1,05. Vermenigvuldiging levert 33.500 overnachtingen op.

Van de buitenlanders overnacht overigens een veel groter deel in een hotel, namelijk 70%. Het overnachten bij familie en vrienden/ kennissen gebeurt vooral door bezoekers uit de rest van Nederland.

Figuur 3.4 Overnachtingen door bezoekers van buiten de provincie naar logeeradres (in %)



#### Bezoekmotieven en activiteiten

**Niet alle bezoekers, maar wel veel, zijn speciaal voor de Giro d'Italia naar de betreffende locatie gekomen.** Dit is terug te lezen in onderstaande tabel die inzicht geeft in de bezoekmotieven. 80% van de bezoekers is speciaal voor de Giro van huis gegaan. Voor het Stadsgebied Utrecht geldt dit zelfs voor 89% van de bezoekers. In de stad Utrecht is een groter deel van de bezoekers (ook) om een andere reden op de been, hoewel nog altijd 77% er speciaal op uit is getrokken om te gaan kijken naar de Giro.

Tabel 3.2 Speciaal voor de Giro d'Italia van huis gegaan en naar locatie gekomen?

	Utrechtse Heuvelrug	Stadsgebied Utrecht	Utrecht	Totaal
Ja	81%	89%	77%	80%
Ja, in combinatie andere activiteit	4%	4%	5%	5%
Nee	15%	7%	18%	15%
<b>Totaal</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Veel bezoekers hebben niet alleen maar gekeken, maar hebben ook andere activiteiten ondernomen. **Een derde van de bezoekers van de Giro geeft aan ook een van de andere sportevenementen te hebben bezocht** of te gaan bezoeken die rondom de etappe zijn georganiseerd. Vooral de toerversie van de Giro d'Italia op 8 mei heeft hierbij relatief veel bezoekers getrokken. Ruim 6.000 mensen deden hier aan mee (Aart?). De overige sportevenementen daarentegen waren veel kleinschaliger en trokken dan ook (veel) minder bezoekers. Een belangrijke reden hiervoor is de (fors) lagere financiële bijdrage van het Rijk dan waarop werd gerekend. Hierdoor zijn bepaalde activiteiten noodgedwongen minder grootschalig aangepakt dan oorspronkelijk de bedoeling was of zelfs komen te vervallen.

Tabel 3.3 Combinatiebezoeken met een sportief evenement bezoekers Giro

Sportief evenement	Percentage bezoekers
Toerversie Giro d'Italia (8 mei)	30,2 %
Etappe Giro d'Italia (9 mei)	74,2 %

Wielerronde (28 april)	0,8 %
Dikke Banden Race (3-9 mei)	0,8 %
Spinningmarathon tijdens Giro (9 mei)	1,6 %
Amateur wielertocht Driebergen (6 mei)	0,4 %
Dikke Bandentocht (5 mei)	1,6 %
Ligfietsdemonstratie (9 mei)	-
Basketbal en nog enkele sporten (9 mei)	-
Rabobank Dikke Bandenrace (9 mei)	-
Rabobank Tijdrit (9 mei)	0,4 %
Rabobank Weelersprint (9 mei)	-
Italiaanse elfstedentochtop skates (9 mei)	-
Sport Experience (9 mei)	1,2 %
8.000 kilometer op fitnessfietsen (9 mei)	0,4 %
Spinnen in de stationshal Utrecht (9 mei)	4,0 %
Iets anders	7,7 %

**Ongeveer 1 op de 10 bezoekers aan de Giro heeft ook een cultureel evenement bezocht.** Relatief veel bezoekers trokken “Muziek aan de gracht”, “Utrecht proeft de Giro” en “de Gondelparade in Italiaanse stijl. Onderstaande tabel geeft een totaaloverzicht van het bezoek aan alle culturele evenementen die rondom de Giro in de provincie Utrecht zijn georganiseerd.

Figuur 3.5 Combinatiebezoeken met een cultureel evenement bezoekers Giro

Cultureel evenement	Percentage bezoekers
Ronde van Italië in Amerongen (1–15 mei)	1,1 %
Bella Italia in Kunstkerk Doorn (2–9 mei)	3,4 %
Giro d'Italia Amerongen (8–9 mei)	4,5 %
Gelati Gelati (1–9 mei)	2,3 %
Literair festival Una Giornata Rosa (2 mei)	-
Italiaanse Film (3–7 mei)	1,1 %
Openstelling molens (9 mei)	1,1 %
Italiaanse auto's opgesteld op de markt (9 mei)	3,4 %
Muziek aan de gracht (8 mei)	35,2 %
Gondelparade in Italiaanse stijl (8 mei)	14,8 %
Utrecht proeft de Giro (8–9 mei)	38,6 %
Italiaanse bespeeling carillon Domtoren (9 mei)	3,4 %
Italo dance party (Houten) (9 mei)	1,1 %
Giro d'Italia Esperienza Houten (9 mei)	4,5 %
B2B Trade event voor sportuitrusting (Jaarbeurs Utrecht) (11 mei)	5,7 %
Iets anders	13,6 %



### *Gemiddelde bestedingen*

**De bezoekers van de Giro hebben gemiddeld iets meer dan €20 per persoon dag besteed.** Dit komt goed overeen met de bedragen per bezoeker bij (sport)evenementen waar andere onderzoeken, onder meer van het CBS, op wijzen. Ongeveer een kwart van de bezoekers heeft geen geld uitgegeven tijdens het bezoek aan de Giro.

Bezoekers van buiten de provincie geven gemiddeld bijna twee keer zoveel uit per persoon als inwoners uit Utrecht. Ongeveer de helft van het aantal uitgegeven euro's is naar eten en drinken gegaan.

Tabel 3.4 Gemiddelde bestedingen per bezoeker (in euro per persoon per dag)

	Inwoners uit de provincie Utrecht	Bezoekers van buiten de provincie	Totaal bezoekers*
Eten en drinken	7,37	14,19	9,48
Winkelen en boodschappen	4,62	3,76	4,35
Entree en deelnamekosten	1,29	2,51	1,67
Vervoer (parkeergeld, brandstof, etc.)	0,59	4,44	1,78
Merchandise, souvenirs	0,10	1,59	0,57
Logies	0,00	8,01	2,48
Overige uitgaven	0,32	0,39	0,34
<b>Totaal</b>	<b>14,29</b>	<b>34,59</b>	<b>20,67</b>

\* In deze kolom is het gewogen gemiddelde van de bestedingen per persoon door inwoners uit de provincie Utrecht en bezoekers van buiten de provincie opgenomen.



## 4 Economische effecten

### 4.1 Inleiding

Dit hoofdstuk gaat in op de economische effecten van de Giro d'Italia 2010 voor de provincie Utrecht. Hierbij kan onderscheid gemaakt worden tussen eenmalige bestedingseffecten in de aanloop naar en gedurende het evenement en structurele effecten op de middellange en lange(re) termijn. Eerst gaan we in op eenmalige bestedingseffecten. We kijken naar het totale bedrag dat door bezoekers aan de Giro is uitgegeven en de (directe en indirecte) betekenis voor de regionale toegevoegde waarde en werkgelegenheid. Daarna verleggen we de focus naar de structurele impact van het evenement, waarbij we achtereenvolgens kijken naar aandacht die in de media aan de Giro is besteed en de verwachte lange termijn uitstralingseffecten.

### 4.2 Bestedingseffecten van bezoekers van de Giro

#### 4.2.1 Bestedingseffecten van bezoekers

Op basis van de in het voorgaande hoofdstuk becijferde bezoekersaantallen en bestedingsprofielen, worden de totale **directe bestedingseffecten van de Giro d'Italia becijferd op €9,1 miljoen.**

Tabel 4.1 laat zien hoe de bestedingsimpuls is opgebouwd. Aan eten en drinken is het meeste geld uitgegeven: in totaal circa €4,2 miljoen. Aan winkelen en boodschappen doen is een bedrag besteed van rond de €1,9 miljoen. De resterende €3,0 miljoen is uitgegeven aan entreegelden, vervoer van en naar het evenement, souvenirs e.d. en logieskosten.

Vooraf de horeca heeft dus geprofiteerd van het evenement. De detailhandel heeft minder profijt gehad van de Giro. Dit beeld wordt bevestigd door de bedrijvenenquête en uit de gesprekken die zijn gevoerd met een aantal belangrijke stakeholders.

Tabel 4.1 Totale bestedingen van bezoekers aan de Giro d'Italia 2010 (x mln. euro)

	Inwoners uit de provincie Utrecht	Bezoekers van buiten de provincie	Totaal bezoekers
Eten en drinken	2,2	1,9	4,2
Winkelen en boodschappen	1,4	0,5	1,9
Entree en deelnamekosten	0,4	0,3	0,7
Vervoer (parkeergeld, brandstof, etc.)	0,2	0,6	0,8
Merchandise, souvenirs	0,0	0,2	0,3
Logieskosten	0,0	1,1	1,1
Overige uitgaven	0,1	0,1	0,2
<b>Totaal</b>	<b>4,4</b>	<b>4,8</b>	<b>9,1</b>

#### *Van bruto naar netto bestedingseffecten voor de provincie*

Het is niet terecht het volledige hiervoor genoemde bedrag op te voeren als *extra* inkomen voor de provincie Utrecht. Niet alle bezoekers zullen immers speciaal voor de Giro d'Italia naar de provincie Utrecht zijn gekomen (of, in geval van iemand die in Utrecht woont, voor de Giro zijn thuisgebleven). Daarbij komt dat een deel van de bestedingen afvloeit naar buiten de provinciegrenzen.

Het netto effect voor Utrecht valt derhalve lager uit. Hoeveel lager is te zien in onderstaande tabel waarin het netto (additionele) bestedingseffect van de Giro d'Italia voor de provincie Utrecht is aangegeven. **De totale netto bestedingsimpuls bedraagt tussen de €3,6 en €6,9 miljoen.**

Tabel 4.2 Netto-bestedingsimpuls

<b>a) Bruto bestedingimpuls (exclusief logieskosten)</b>	<b>€8,0 miljoen</b>
b) % bezoekers dat speciaal voor de Giro in de provincie Utrecht is (gebleven)	35% - 73%
c) Netto dagbestedingen (= a x b)	€2,8 - €6,1 miljoen
d) Logieskosten	€1,1 miljoen
e) % bezoekers met logeeradres in de provincie Utrecht	67%
<b>f) Netto bestedingsimpuls (= c + d x e)</b>	<b>€3,6 - €6,9 miljoen</b>

#### **Werkwijze raming netto bestedingsimpuls**

Bij de raming van de netto bestedingsimpuls is het bruto-effect gecorrigeerd voor:

- het wegvloeien van een deel van de bestedingen uit de regio (weglekeffect);
- het bedrag aan bestedingen dat sowieso naar verwachting zou zijn uitgegeven ('dead weight'-effect).

#### **Ad a) weglekken deel van de bestedingen**

Ongeveer 1/3 van de bezoekers heeft een logeeradres buiten de provincie. Hierdoor komt dus een deel van de logieskosten terecht komt bij logiesaccommodaties elders in Nederland. Dit bedrag á €0,4 miljoen euro komt in mindering op de bruto bestedingsimpuls.

#### **Ad b) 'dead weight'-effect**

Daarnaast zijn in het netto-effect alleen de bestedingen van de bezoekers die speciaal voor de Giro in Utrecht waren meegenomen.

Van de *bezoekers van buiten de provincie* die aanwezig waren op de dag(en) dat de Giro werd gehouden, is 83% ook voor de Giro naar de provincie Utrecht gekomen. Deze bestedingen van deze bezoekers kunnen als volledig additioneel worden beschouwd. De bestedingen van de resterende 17% bezoekers zijn niet additioneel en wordt om die reden in mindering gebracht op de bruto bestedingsimpuls.

Van de *inwoners uit Utrecht* is 73% er speciaal voor de Giro op uitgetrokken. Omdat niet het volledige bedrag aan bestedingen van deze groep ook additioneel is (een deel van het uitgegeven bedrag vloeit hoogst waarschijnlijk op een ander moment naar de regionale economie, een euro kan immers maar 1 keer worden uitgegeven) is ook gekeken naar het percentage inwoners dat sowieso naar de Giro was gaan kijken, ook als de etappe elders in Nederland gereden zou worden. Dit geeft een indicatie van het bedrag dat anders (zonder Giro in Utrecht) uit de regio zou zijn weggelekt. Het betreft 14% van de bezoekende inwoners uit Utrecht. Dit percentage is meegenomen als de ondergrens bij de berekening van het netto-bestedingseffect van bewoners uit Utrecht. Als bovengrens is uitgegaan van de genoemde 73%.

### 4.2.2 Toegevoegde waarde en werkgelegenheid

De bestedingimpuls vertaalt zich in een tijdelijke toename van de werkgelegenheid en toegevoegde waarde bij onder andere de horeca en detailhandel. Onderstaande tabel maakt dit zichtbaar. Uitgedrukt in werkgelegenheid ramen wij het (tijdelijke) effect op 25 tot 50 voltijdbanen. De gecreëerde toegevoegde waarde als gevolg van de bestedingen van bezoekers bedraagt tussen de €1,5 en 2,9 miljoen.

Tabel 4.3 Tijdelijke effecten netto-bestedingsimpuls Giro op toegevoegde waarde en werkgelegenheid

	Werkgelegenheid (omgerekend naar voltijdbanen)		Toegevoegde waarde (x mln. euro)	
	Ondergrens	Ondergrens	Ondergrens	Bovengrens
Horeca	16	28	0,9	1,7
Detailhandel	7	15	0,4	0,8
Overige sectoren	3	7	0,2	0,5
<b>Totaal</b>	<b>26</b>	<b>50</b>	<b>1,5</b>	<b>2,9</b>

### 4.3 Bestedingen organisatie en ploegen

De organisatie van de Giro heeft al met al ca. €2,5 miljoen gekost. Een deel van dit bedrag zal via de inschakeling van regionale bedrijven en organisaties bij de organisatie van het evenement in de regionale economie terecht zijn gekomen. Omdat naar verwachting in belangrijke mate sprake is van financiële middelen die op enig moment

toch wel in de regionale economie zouden zijn geïnvesteerd, hebben we deze kosten verder buiten beschouwing laten.

Anders ligt dat voor de bestedingen die zijn gedaan door personen die op een professionele manier betrokken waren bij de Giro (wielerploegen, sponsors, journalisten e.d.). Hoewel deze uitgaven in het kader van deze studie niet nader in beeld zijn gebracht, kan het afgaand op eerder evaluatieonderzoek om een niet te verwaarlozen bedrag gaan. De uitgaven zijn ook in belangrijke mate additioneel en komen bovenop de hiervoor gepresenteerde bruto bestedingen, die in dit opzicht dus te laag zijn ingeschat. Omdat veruit het grootste deel van deze groep gehuisvest was in Amsterdam, zal de mate van onderschatting van de bestedingen voor de provincie Utrecht overigens beperkt zijn.

#### 4.4 Doorwerking in de regionale economie

De indirecte effecten betreffen spin-off effecten als gevolg van inkoop en uitbesteding door horeca en detailhandel. Deze effecten treden op bij sectoren die goederen of diensten leveren aan bedrijven en/of organisaties die in directe of afgeleide zin bij de Giro d'Italia betrokken zijn geweest. Om deze effecten te bepalen is in deze studie een zogenaamde input-outputanalyse uitgevoerd. Er is gebruik gemaakt van de meest recente input-output tabel voor de provincie Utrecht.

Tabel 4.4 heeft inzicht in de indirecte economische spin-off van de extra omzet voor het regionale bedrijfsleven door het organiseren van de Giro in de provincie Utrecht. Te zien is dat de organisatie van het evenement naar schatting nog eens 4 tot 8 banen heeft opgeleverd bij toeleveranciers van bijvoorbeeld de horeca in de provincie. In termen van toegevoegde waarde bedraagt het indirecte effect €0,2 tot €0,5 miljoen. Naast bedrijven uit de regio profiteren ook bedrijven uit overig Nederland indirect van de organisatie van het evenement. De indirecte effecten in overig Nederland worden in de tabel afzonderlijk vermeld.

Tabel 4.4 Indirecte bijdrage Giro d'Italia toegevoegde waarde en werkgelegenheid

	Werkgelegenheid (omgerekend naar voltijdbanen)		Toegevoegde waarde (x mln. euro)	
	Ondergrens	Bovengrens	Bovengrens	Bovengrens
Provincie Utrecht	4	8	0,2	0,5
Overig Nederland	4	8	0,3	0,5
<b>Totaal</b>	<b>8</b>	<b>16</b>	<b>0,5</b>	<b>1,0</b>

##### *Samenvattend eindbeeld toegevoegde waarde en werkgelegenheid*

De onderstaande tabel vat de voorgaande (netto) effecten op de toegevoegde waarde en werkgelegenheid samen. In termen van toegevoegde waarde is de (eenmalige) bijdrage van de Giro aan de regionale economie tussen de €2,0 en €3,9 miljoen geweest. Het (tijdelijke) netto-werkgelegenheidseffect wordt geraamd op tussen de 30 en 58 voltijdbanen.

Op basis van de uitgevoerde analyse concluderen wij dat de verwachtingen die er waren over de positieve economische spin off van het evenement voor de regio ook inderdaad zijn waargemaakt. De totale kosten van het evenement (circa €2,5 miljoen euro) zijn via de bestedingen van de bezoekers (ruimschoots) teruggevloeid naar de lokale en regionale economie.

Tabel 4.5 Totale (directe en indirecte) bijdrage Giro aan regionale toegevoegde waarde en werkgelegenheid

	Werkgelegenheid (omgerekend naar voltijdbanen)		Toegevoegde waarde (x mln. euro)	
	Ondergrens	Bovengrens	Bovengrens	Bovengrens
	Direct	26	50	1,5
Indirect	4	8	0,5	1,0
<b>Totaal</b>	<b>30</b>	<b>58</b>	<b>2,0</b>	<b>3,9</b>

## 4.5 Media Exposure<sup>1</sup>

De organisatie van de Giro heeft veel (gratis) publiciteit voor de provincie Utrecht opgeleverd. Zo was de provincie op de dag zelf uitgebreid en lang in beeld op allerlei televisiekanalen her en der in de wereld. Daarnaast is ook in de schrijvende pers – op de dag zelf, maar ook in de aanloop naar het evenement toe – veel media-aandacht voor de Giro geweest. Zo zijn er sinds het moment van bekendmaking van Utrecht als finishplaats voor de tweede etappe van de Giro d'Italia 2010, meer dan 320 artikelen verschenen in de lokale, regionale en landelijke pers.

Daarnaast zijn ook nieuwe sociale media ingezet om de Giro te promoten. Denk daarbij aan toepassingen als Hyves, Facebook en Twitter. De website [www.giroutrecht.nl](http://www.giroutrecht.nl) vormde de basis van de berichtgeving over Giro Utrecht. Totaal hebben een kleine 210.000 (unieke) bezoekers deze site bezocht.

De publiciteit die Utrecht hiermee heeft gekregen is feitelijk gratis reclame en vertegenwoordigt dus een zekere financieel-economische waarde. Belangrijker echter is dat door de aandacht die er voor de Giro in de media is geweest meer mensen beter op de hoogte zijn van wat Utrecht allemaal te bieden heeft op cultuur-historisch en toeristisch gebied, hetgeen een eerste voorwaarde is om meer bezoekers en dus economisch bestedingspotentieel naar de stad/ regio te trekken.

## 4.6 Uitstralingseffecten op de middellange en lange termijn

Organisatie van de Giro genereert zoals hiervoor is aangegeven bestedingen, werkgelegenheid en media aandacht. Daarnaast is de Giro echter vooral ook een feest voor de stad geweest. Het evenement was gratis toegankelijk en draagt (net als andere evenementen) bij aan een levendige en aantrekkelijke stad en regio.

<sup>1</sup> De gegevens in deze paragraaf zijn afkomstig uit het "Mediadossier Giro Utrecht" van de Gemeente Utrecht.

Het evenement past bovendien in het beleid om Utrecht, onder andere via de organisatie van grote sportevenementen, nadrukkelijker te profileren. Zoals hiervoor reeds opgemerkt is door de organisatie van de Giro een breed publiek bekend geraakt met het toeristisch-recreatief aanbod in de provincie. Hierdoor neemt het marktpotentieel van de provincie als toeristisch-recreatieve bestemming verder toe.

Een sportevenement als de Giro kan tot slot ook worden gezien als stimulans om meer te bewegen. Illustratief in dit verband is het grote aantal deelnemers aan de toertocht die voorafgaand aan de eigenlijke Giro etappe in de provincie is georganiseerd. Daarnaast geeft ook het merendeel van de bezoekers en bewoners aan de Giro in de enquête aan dat de Giro aanzet tot sporten en moet dus rekening te worden gehouden met positieve gezondheidseffecten.

Na verloop van tijd is het effect van de Giro uitgewerkt en zijn nieuwe inspanningen nodig. In dit verband is het goed voor de regio te proberen het momentum dat er nu is vast te houden. De ervaringen van partijen met de Giro zijn over het algemeen positief en er is een breed besef dat dergelijke evenementen goed zijn voor stad en regio en derhalve ook voor de economie. Het zou zonde zijn wanneer de kennis en ervaringen die zijn opgedaan met de organisatie van het evenement verloren gaat en de samenwerking die ontstaan is op lokaal en regionaal niveau verwatert.



## 5 Conclusies en aanbevelingen

### *Giro trok 430.000 bezoekers*

Op de dag dat de etappe van Amsterdam naar Utrecht plaatsvond, hebben circa 390.000 bezoekers het evenement in de provincie bezocht. Daarnaast waren er nog eens 50.000 bezoekers aan de verschillende evenementen die voorafgaand aan de etappe zijn georganiseerd. Vooral de toerversie is voorafgaand aan de etappe goed bezocht. Uit de enquêtes die onder andere zijn afgenomen onder de bezoekers van het evenement blijkt dat men heeft genoten. De bezoekers geven de Giro als geheel als rapportcijfer gemiddeld bijna een 8.

### *Kenmerken bezoekers*

De Giro heeft relatief veel bezoekers van buiten de provincie getrokken. Van alle bezoekers is ongeveer 31% woonachtig buiten de provincie, elders in Nederland of in het buitenland. Gemiddeld 69% van de bezoekers komt uit de provincie Utrecht zelf. Wat opvalt, is het hoge aandeel inwoners uit Utrecht op de Utrechtse Heuvelrug en het Stadgewest Utrecht. Veel bezoekers van buiten de provincie hebben ervoor gekozen in stad Utrecht te gaan kijken naar de Giro. Het merendeel van de bezoekers is man (ongeveer tweederde). Het opleidingsniveau ligt opvallend hoog. Gemiddeld over het parcours heeft bijna 60% van de bezoekers een opleiding op HBO of WO niveau genoten.

### *Bruto bestedingseffect: € 9,1 miljoen*

Op basis van de uitgevoerde metingen onder bezoekers, inwoners van de provincie en het bedrijfsleven ramen we de totale bestedingsimpuls van de Giro op €9,1 miljoen. Van deze bestedingen hebben vooral bedrijven uit de horecasector (cafés, restaurants, hotels, e.d.) geprofiteerd. Het aandeel van de horeca in de totale bestedingen bedroeg bijna 60%. Ondanks de (extra) koopzondag die op 9 mei in Utrecht plaatsvond, hebben de winkels eigenlijk nauwelijks profijt gehad van de Giro. Op basis van de uitgevoerde enquêtes is het totale bestedingsbedrag voor de detailhandel geraamd op €1,9 miljoen. Het netto bestedingseffect is lager omdat niet alle bezoekers speciaal voor de Giro d'Italia naar de provincie Utrecht zijn gekomen (of, in geval van iemand die in Utrecht woont, voor de Giro zijn thuisgebleven). Daarbij komt dat een deel van de bestedingen afvloeit naar buiten de provinciegrenzen. Het netto effect voor Utrecht valt derhalve lager uit en bedraagt tussen de €3,6 en €6,9 miljoen.

### *Veel extra media aandacht*

Naast economische spin off in de vorm van bestedingen heeft de organisatie van de Giro voor de provincie Utrecht ook geleid tot veel media-exposure. Zo was de provincie op de dag zelf uitgebreid en lang in beeld op allerlei televisiekanalen her en der in de wereld. Ook in de schrijvende pers heeft de komst van de Giro in Utrecht op de dag zelf, maar ook in de aanloop naar het evenement, tot veel extra publiciteit geleid.

### *Giro vooral ook een feest voor stad en provincie*

Organisatie van de Giro genereert bestedingen, werkgelegenheid en media aandacht. Daarnaast is de Giro echter vooral ook een feest voor de stad geweest. Het evenement was gratis toegankelijk en draagt (net als andere evenementen) bij aan een levendige en aantrekkelijke stad en regio. Het evenement past bovendien in het beleid om Utrecht, onder andere via de organisatie van grote sportevenementen, nadrukkelijker te profileren. Een sportevenement als de Giro kan daarbij ook worden gezien als stimulans om meer te bewegen. Illustratief in dit verband is het grote aantal deelnemers aan de toertocht die voorafgaand aan de eigenlijke Giro etappe in de provincie is georganiseerd.

### *Giro heeft value for money geboden*

Bij aanvang van de Giro waren de verwachtingen hooggespannen. Op basis van de uitgevoerde analyse concluderen wij dat deze verwachtingen ook inderdaad zijn waargemaakt. De totale kosten van het evenement (circa €2,5 miljoen euro) zijn via de bestedingen van de bezoekers ruimschoots teruggevloeid naar de lokale en regionale economie en Utrecht heeft rondom het evenement veel media exposure gegenereerd.

Dit neemt niet weg dat er ook **een aantal leerpunten** zijn te benoemen:

- 1) De bereikbaarheid gedurende het evenement blijft een belangrijk aandachtspunt. In verband met het afsluiten van het parcours waren bepaalde delen van de stad Utrecht op zondag 9 mei slecht of niet bereikbaar met de auto. Problemen met de bereikbaarheid zijn overigens inherent aan het organiseren van een evenement als de Giro, maar juist daarom is de verkeersafwikkeling een blijvend aandachtspunt.
- 2) Door late besluitvorming over wat er precies ging gebeuren, is de promotie rondom de extra koopzondag in de binnenstad van Utrecht niet optimaal geweest. Wanneer eerder duidelijkheid over de extra koopzondag was geweest, had deze beter gepromoot kunnen worden wat naar verwachting ook een groter winkelend publiek en daarmee hoger economisch rendement had opgeleverd.
- 3) In zijn algemeenheid een leerpunt is meer rendement te halen uit de aanloopfase. De PR rondom het evenement is in Utrecht pas laat op gang gekomen en werd eigenlijk pas zichtbaar op het moment dat overal door de provincie borden werden geplaatst met waarschuwing voor ernstige verkeershinder op 8 en 9 mei. Dit had achteraf gezien beter gekund.
- 4) Het is goed voor de regio te proberen het momentum dat er nu is vast te houden. De ervaringen van partijen met de Giro zijn over het algemeen positief en er is een breed besef dat dergelijke evenementen goed zijn voor stad en regio en derhalve ook voor de economie. Overheid (provincie en gemeenten) zouden hiervoor een samenhangend en overkoepelend kader moeten schetsen. Het zou zonde zijn wanneer niets gedaan werd met de kennis en ervaringen die zijn opgedaan met de organisatie van het evenement en de samenwerking die ontstaan is op lokaal en regionaal niveau te laten verwateren.

# Geraadpleegde bronnen

## Literatuur

**Gemeente Utrecht (2009)**, ... 't Bruis an alle kant...: Nota evenementen en festivals in Utrecht *Beleid en actieplan 2009-2014*, Utrecht.

**Provincie Utrecht (2008)**, *Evenementenkader 2008- 2011 en uitvoeringsplan 2008*, Utrecht.

## Internet

<http://www.businesspelotonutrecht.nl/>

<http://www.giromiddelburg.nl>

## Gesprekspersonen

- Lisa Bosscher *Boscher & Klein*
- Tom Broekman *Winkeliersvereniging Utrecht*
- Martin Hessels *Kamer van Koophandel Midden-Nederland*
- Richard Kraan *Business Peloton*
- Rien Nagel *Rabobank Utrecht*
- Paul van Vlijmen *Spoorwegmuseum*
- Jan Dirk Nijkamp *Gemeente Assen*

## Bijlage 1 Begrippenlijst

<b>Afschrijvingen</b>	De berekende waardevermindering van vaste activa (zoals machines, gebouwen, software en andere duurzame productiemiddelen) die worden ingezet in het productieproces, voor zover die vermindering het gevolg is van normale technische slijtage, economische veroudering of verzekerbare schade.
<b>Arbeidsinkomensquote</b>	Het aandeel van de lonen in de toegevoegde waarde in een economie. Het verloop van de arbeidsinkomensquote is een indicator voor de ontwikkeling van de winstgevendheid van bedrijven; een stijging van de arbeidsinkomensquote duidt op een lagere winstgevendheid.
<b>Arbeidsjaar</b>	De gemiddelde contractuele arbeidsduur van een voltijdsbaan van werknemers op jaarbasis.
<b>Basisprijzen</b>	Wordt gebruikt als waardering voor de toegevoegde waarde. De waardering tegen basisprijzen gaat uit van de prijs die de producent uiteindelijk overhoudt, dus exclusief handels- en vervoersmarges van derden en exclusief het saldo van productgebonden belastingen en productgebonden subsidies.
<b>Belastingen</b>	Door de overheid opgelegde, verplichte heffingen, zonder een direct aanwijsbare tegenprestatie, die dienen ter dekking van overheidsuitgaven.
<b>Beroepsbevolking</b>	Alle personen van 15-64 jaar die tenminste twaalf uur per week werken of actief dergelijk werk zoeken.
<b>Binnenlands product</b>	Het totale inkomen dat door middel van productie in Nederland is gevormd. Het is daarmee gelijk aan de som van de toegevoegde waarden van alle bedrijfstakken. Wordt meestal bruto gebruikt en uitgedrukt in marktprijzen.
<b>Bruto productiewaarde</b>	De marktwaarde van de afgezette goederen en diensten, vermeerderd met de waarde van de goederen die aan de voorraad zijn toegevoegd.
<b>Bruto toegevoegde waarde</b>	Toegevoegde waarde inclusief afschrijvingen.

<b>Consumptieve bestedingen</b>	De goederen en diensten die gebruikt worden voor rechtstreekse bevrediging van individuele of collectieve behoeften
<b>Geregistreeerde werkloosheid</b>	Mensen zonder werk (of met werk van minder dan twaalf uur per week) die bij een arbeidsbureau staan ingeschreven en direct beschikbaar zijn voor een baan van minstens twaalf uur per week.
<b>Marktprijzen</b>	De waardering tegen marktprijzen is de prijs die de afnemer betaalt, dus inclusief handels- en vervoersmarges en de belastingen op productie en invoer, en exclusief de subsidies op productie en invoer. Wordt vooral gebruikt als waardering voor de toegevoegde waarde en het binnenlands product.
<b>Multiplier</b>	Vermenigvuldigingsfactor die de mate van doorwerking of uitstraling weergeeft. Een multiplier van bijvoorbeeld 1,5 geeft aan dat er behalve het oorspronkelijke directe effect ter grootte van 1, nog een additioneel indirect effect van 0,5 optreedt.
<b>Nationaal inkomen</b>	Alle inkomens die Nederlandse ingezetenen ontvangen op grond van hun deelname aan een (binnen- of buitenlands) productieproces, dan wel op grond van hun bezit van vermogenstitels, obligaties, leningen en spaartegoeden. Deze inkomens omvatten, onder andere, de beloning van werknemers, belastingen en subsidies op productie en invoer, rente, dividenden en niet-uitgekeerde winsten. Is gelijk aan de som van de primaire inkomens van alle sectoren. Het kan ook worden berekend als het binnenlands product plus de per saldo uit het buitenland ontvangen lonen, rente, dividenden etc. Dit wordt uitgedrukt in marktprijzen.
<b>Nationaal product</b>	De totale toegevoegde waarde die in Nederland wordt voortgebracht, plus de per saldo uit het buitenland ontvangen primaire inkomens. Is in waarde gelijk aan het nationaal inkomen. De reële verandering ervan is exclusief de invloed van de ruilvoetverandering, dit in tegenstelling tot de reële verandering van het nationaal inkomen.
<b>Productiewaarde</b>	De marktwaarde van de afgezette goederen en diensten, vermeerderd met de waarde van de goederen die aan de voorraad zijn toegevoegd.

## Bijlage 2 Toelichting IO-analyse

### Wat is een input output tabel

Een input output tabel geeft een gedetailleerde beschrijving van de goederen en dienstenstromen in een regio of land welke verband houden met het productieproces. Door zijn vorm kan een input output tabel zowel horizontaal als verticaal worden gelezen. Op de regels van de tabel wordt namelijk een overzicht gegeven van de goederen en dienstenstromen vanuit de onderscheiden sectoren ("output"), terwijl de kolommen inzicht geven in de goederen en dienstenstromen naar de sectoren ("input").

De output of afzet van elke sector omvat de intermediaire leveringen (tussenproducten van sector naar sector) en de finale leveringen (uitvoer, consumptie, investeringen en voorraadvorming). De input of kostenzijde omvat de door andere sectoren geleverde intermediaire goederen en de primaire kosten (invoer, afschrijvingen, indirecte belastingen minus subsidies, lonen en salarissen en overig inkomen). Aldus verschaft de input output tabel voor de economische sectoren van het gebied waarop de tabel betrekking heeft, een volledig overzicht van de afzet en kostenstructuur.

### Uitwerking van een voorbeeld

Ter verduidelijking van het voorgaande is hieronder een fictieve regionale I/O tabel weergegeven.

Tabel B2 Voorbeeld IO-tabel

Sectoren		(1) leveringen aan				(2) Totaal interme- diar	(3) Finale levering	(4) Productie Totaal
		a	b	c	d			
(1) Levering van	a	10	12	14	7	43	57	100
	b	8	9	0	3	20	30	50
	c	3	4	10	9	26	14	40
	d	2	1	10	1	14	31	45
(2) Subtotaal		23	26	34	20	103	132	235
(3) Invoer		27	14	0	15	56		
(4) Toegevoegde waarde		50	10	6	10	76		
(5) Totale productie		100	50	40	45	235		

De leveringen van een sector in de regio bestaan uit de leveringen aan sectoren a t/m d in dezelfde regio ofwel de intermediaire leveringen (kolom (1)) en leveringen aan de finale vraag in de regio en daarbuiten (kolom (3)). De intermediaire leveringen zijn die leveringen die in de toegeleverde sector mede als input dienen voor de voortbrenging van het eindproduct. Zo levert bijvoorbeeld sector a 10 eenheden aan zichzelf (de interne leveringen), 12 eenheden aan b, 14 aan c en tot slot 7 eenheden aan sector d. Het totaal van de intermediaire leveringen van sector a bedraagt 43 (kolom (2)). De finale leveringen (kolom (3)) zijn die goederen en diensten die het eindproduct vormen van het totale productieproces per sector. De finale leveringen kunnen bestaan uit:

- consumptiegoederen voor de gezinshuishoudingen in de regio;
- investeringsgoederen voor de bedrijven in de regio;
- export, onderverdeeld in export naar overig Nederland en het buitenland;
- goederen, geleverd aan de overheid in de regio;
- en tot slot kunnen er mutaties in de voorraadvorming plaatsvinden.

De totale productie van een sector (kolom (4)) bestaat dan uit het totaal van de intermediaire en de finale leveringen. De kostenstructuur van een sector, weergegeven door de kolommen van de sectoren, bestaat uit:

- de leveringen van grondstoffen en halffabrikaten door de sectoren in de regio, hieronder zijn eveneens de interne leveringen begrepen;
- de primaire kostencategorieën bestaande uit: de invoer van goederen onderverdeeld in invoer vanuit andere regio's (regel (3)) en de toegevoegde waarde (regel (4)), welke onderverdeeld kan worden in de kostencomponenten lonen en salarissen (inclusief de sociale lasten), het winstinkomen en de afschrijvingen.

Het totaal van alle kostencomponenten is per sector vermeld op regel (5). Het totaal van de inputs is gelijk aan de omvang van de totale productie. Per sector geldt, dat het totaal van de kostencomponenten (de inputs) gelijk is aan het totaal van de afzetcomponenten

(de outputs). De productie van alle sectoren tezamen vormt de totale productie in de economie. In het voorbeeld is dit gelijk aan 235 eenheden.

## Toepassingsmogelijkheden

Indien men erin slaagt voor elk van de onderscheiden sectoren gegevens te verzamelen over:

- intermediaire kosten (leveringen door andere sectoren),
- intermediaire leveringen (aan andere sectoren),
- primaire kosten,
- finale leveringen,

dan beschikt men over een kwantitatieve set van gegevens van de betreffende economie die zich uitstekend leent voor een beschrijvende analyse van de structuur en de ontwikkeling van het economisch proces.

Een belangrijke toepassingsmogelijkheid van de input output tabel berust daarnaast op de verbanden die er bestaan tussen de omvang van de finale productie van één bepaalde sector en de productie omvang van alle sectoren welke door het leveren van intermediaire goederen bijdragen in de totstandkoming van de productie van eerst bedoelde sector. Meer in het bijzonder is het dan op basis hiervan mogelijk de effecten na te gaan van een bestedingsimpuls in de vorm van bijvoorbeeld een stijging van de vraag naar investeringsgoederen, voor de gehele economie. Een toeneming van de vraag heeft immers niet alleen een direct effect op de productie van een bepaalde sector maar daarnaast door de vereiste toeleveringen ook indirecte effecten in alle mogelijke andere sectoren. Ook deze sectoren zijn op hun beurt afhankelijk van (weer andere) sectoren, die eveneens toeleveringen nodig hebben, etc., etc.. De indirecte effecten worden wel steeds kleiner zodat het gehele proces tot een einde komt. De som van alle indirecte effecten vormt het totale indirecte effect 1. De extra toeneming van de vraag in alle mogelijke sectoren wordt doorwerking genoemd. Dankzij dit doorwerkingseffect leidt een extra besteding van 1 gulden tot een totale stijging van de economische transacties met meer dan 1 gulden. De verhouding tussen het uiteindelijk effect en de impuls heet multiplier.

Een multiplier is dus een vermenigvuldigingsfactor die de mate van doorwerking of uitstraling weergeeft. Een multiplier met een waarde van bijvoorbeeld 1,5 geeft aan dat er behalve het oorspronkelijke directe effect ter grootte van 1, nog een additioneel indirect effect van 0,5 optreedt. De effecten kunnen daarbij zijn uitgedrukt in termen van werkgelegenheid (er is dan sprake van een werkgelegenheidsmultiplier) doch ook in termen van bijvoorbeeld productie, import en toegevoegde waarde.

Deze multipliers kunnen van sector tot sector verschillen. In sectoren waarin veel wordt ingevoerd of de winstopslag hoog is, is de multiplier relatief laag. Naarmate de economie van een regio een meer "open" karakter heeft, zal de verwevenheid met sectoren buiten de regio sterker zijn. Een belangrijk deel van de indirecte effecten van een bepaalde impuls zal dan, zoals dat heet, "weglekken" naar andere regio's. Een verandering van de omvang van de productie van een bepaalde sector heeft dan weinig of zelfs hoegenaamd geen



doorwerkingseffecten op de productieomvang in de andere sectoren van de betreffende regio. Met andere woorden de productiemultipliers zullen niet hoog zijn.

Het voorgaande betekent derhalve dat door input output analyse zicht kan worden gegeven op de directe en indirecte effecten van een bestedingsimpuls in termen van productie, werkgelegenheid en toegevoegde waarde.