

5<sup>e</sup> FORUM du TOURISME DURABLE

# Comment évaluer les retombées des GRANDS SITES et des SITES MAJEURS ?



- 1. Enjeux**
- 2. Approche ECONOMETRIQUE**
- 3. NATURE des RETOMBEEES**
- 4. RETOMBEEES ECONOMIQUES**
- 5. Autres RETOMBEEES**
- 6. Les chiffres-clés de la région LANGUEDOC-ROUSSILLON**
- 7. Utilité de la MESURE des RETOMBEEES**

# ENJEUX aux multiples FACETTES propres aux GRANDS SITES

- Environnementaux, sociétaux,  
économiques
- Aménagements du territoire
- Budgétisation

# Quelles sont les différentes retombées économiques?

## RETOMBÉES DIRECTES

- Les gestionnaires du ou des équipements présents sur le site
- Les prestataires présents sur le site

## RETOMBÉES INDIRECTES

- Dépenses des excursionnistes et des touristes affectables à l'attraction du Site
- Investissements amortis des résidents
- Investissements amortis des établissements

Hébergement  
Alimentation  
Restauration  
Activités sportives  
Loisirs  
Activités culturelles  
Souvenirs  
Transport

## (RETOMBÉES INDUITES)

«Effet boule de neige»  
Richesses produites par les flux financiers  
Services aux entreprises, aux ménages  
Accidents ...

# Quelles sont les RETOMBÉES DIRECTES et INDIRECTES MESURÉES ?

## ECONOMIQUES



Dépenses et/ou recettes : en transport, hébergement, restauration, alimentation, pratiques sportives, culturelles, loisirs, souvenirs

## SOCIALES



Emplois en ETP (Equivalent Temps Plein)

## FISCALES



Total des impôts et taxes

## d'IMAGE



Attractivité auprès des habitants, visiteurs, investisseurs :

- Notoriété
- Image
- Intention de visite
- Intention d'implantation
- Prosélytisme

# TOUTES LES RETOMBÉES sont-elles MESURÉES ?

- Les retombées physiologiques : Activités physiques, marche, vélo, randonnée, alpinisme, natation...
  - Entretien des systèmes cardio-vasculaire et respiratoire
  - Entretien des articulations et de la tonicité musculaire, tendineuse, ligamentaire
  - Amélioration de la mobilité générale (réfutation du "capital-santé")
- Les retombées culturelles
  - **Acquisition des connaissances (découverte ... approfondissement)**
  - **Sensibilisations esthétiques**
  - **Ruptures avec le quotidien**
  - **Questionnements existentiels**
  - **Vocations (naissance ... entretien)**

## ➔ Les retombées psychologiques :

- **Sensation de bien-être**
- **Relation renouée au réel (distanciation du virtuel)**
- **Relation renouée avec la nature (distanciation de la technique)**
- **Renforcement de la confiance en soi**
- **Réinsertion dans l'espace : appropriation d'un territoire partagé**
- **Réinsertion dans le temps : appropriation d'une histoire partagée**

## ➔ Les retombées sociologiques :

- **Insertion dans un groupe : famille, amis**
- **Renforcement des échanges**
- **Partage des sensations, des émotions, des expériences, des connaissances**
- **Renforcement du lien social**
- **Renforcement du sentiment d'appartenance à un territoire.**

# Repères économiques

## RAPPEL

Balance commerciale 2008

TOURISME :	+ 10 Mds €
AUTOMOBILE :	- 3,5 Mds €
AGRO-ALIMENTAIRE :	+ 6 Mds €

Tourisme / P.I.B. 2006 :

15,2 %	en Languedoc-Roussillon
7,5 %	en Auvergne
2,9 %	en Haute-Normandie

6,8 % en France (2008)



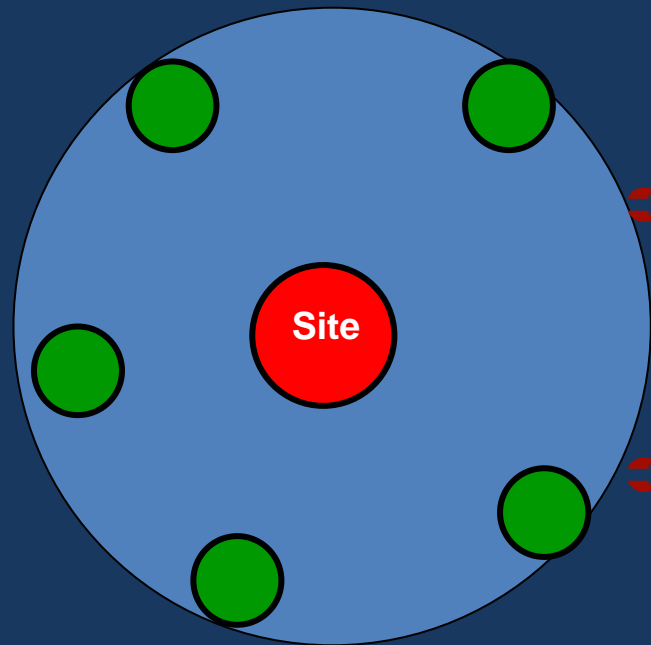
**CALCUL DES DEPENSES et des INVESTISSEMENTS**



**PROBLEMATIQUE DU PIB**



# Comment S'ASSURER de la REPRESENTATIVITE des ENQUÊTES



➤ Mesure des dépenses / raisons de présence sur le Site



ET

➤ Mesure des dépenses / raisons de présence sur les points d'entrée majeurs du territoire



➤ Echantillonnage : de 400 à 1000 enquêtes

+/- 2%

+/-1%

➤ Sur les trois périodes Haute Saison, Moyenne Saison, Basse Saison.

# Pour calculer les DEPENSES et les INVESTISSEMENTS

*Comment s'assurer de la fiabilité des enquêtes ?*

La marge d'erreur est fonction de la taille des échantillons

Taille de l'échantillon	Confiance relative 667/1000
50	+ ou - 9 %
100	+ ou - 5 %
200	+ ou - 3,5 %
400	+ ou - 2 %
800	+ ou - 1 %
1 600	+ ou - 0,7 %
3 200	+ ou - 0,5 %
6 400	+ ou - 0,4 %

# Comment FORMULER la QUESTION-CLE d'AFFECTATION des DEPENSES liées au site ?

## Les questions de base

## TAUX AFFECTATION

Vous êtes venu dans la région <b>spécialement</b> pour visiter ce Site	100 %
Vous êtes venu dans la région <b>prioritairement</b> pour visiter ce Site	80 %
La visite de ce Site est /était un <b>objectif certain</b> de votre séjour	60 %
La visite de ce Site est /était un <b>objectif éventuel</b> de votre séjour	40 %
Vous <b>connaissiez l'existence</b> de ce Site mais vous n'aviez <b>pas l'intention</b> de le visiter	20 %
Vous ne <b>connaissiez pas l'existence</b> de ce Site avant d'arriver dans la région	0 %



**MEMES QUESTIONS** pour les **ACQUISITIONS** de **RESIDENCES**  
et d'**ETABLISSEMENTS**

# RETOMBÉES ECONOMIQUES INDIRECTES TOTALES et AFFECTABLES AU SITE



Hors transport	TAUX D'AFFECTATION
Pont du Gard	51 %
Puy de Dôme	49 %
Mont Saint Michel	54 %
Sainte-Victoire	54 %

# Comment MESURER les RETOMBÉES en TERMES d'EMPLOIS ?

## RETOMBÉES SOCIALES

- ➔ Emplois directs : les équipements
- ➔ Emplois indirects : Transformation des retombées indirectes, dont amortissements territoriaux, en E.T.P. (Equivalent Temps Plein).

*Base : Les salaires et charges représentent 29 % de la production nationale. Un emploi correspond à 42 000€ (33 000 € dans l'hôtellerie / restauration) (INSEE 2005)*

# Comment MESURER les RETOMBÉES FISCALES?

## RETOMBÉES FISCALES

- ⇒ Impôts et Taxes directs acquittés par les gestionnaires du Site et les prestataires présents sur le Site
- ⇒ Impôts et Taxes indirects : Valorisation par l'application du taux total des impôts et taxes - soit 14,4 % (INSEE 2006) de la production, dans les Comptes de la nation.

# RETOMBÉES COMPARATIVES

GRANDS SITES Hors acheminement	RETOMBÉES ECONOMIQUES	RETOMBÉES SOCIALES	RETOMBÉES FISCALES	RETOMBÉES PROPRES	% RETOMBÉES PROPRES
PONT DU GARD	135 M€	1 029 ETP	22 M€	4 M€	3%
PUY DE DÔME	89 M€	810 ETP	13 M€	2 M€	2,2%

# RETOMBÉES GEOGRAPHIQUES du GRAND SITE du PONT du GARD

ARRONDISSEMENT DE NIMES	(13%)
GARD	(5%)
REGION LANGUEDOC ROUSSILLON	49 %
REGION PACA	38 %
REGION RHONE-ALPES	7 %
RESTE FRANCE	6 %
<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>



# RETOMBÉES PAR ACTIVITÉS ÉCONOMIQUES du GRAND SITE du PUY de DÔME

HEBERGEMENT	41%
ALIMENTATION	32%
RESTAURATION	16%
TRANSPORT SUR PLACE	8%
SOUVENIRS	1%
ACTIVITÉS CULTURELLES	1%
ACTIVITÉS SPORTIVES	0,5%
ACTIVITÉS DE LOISIRS	0,5%
<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>

# En 2006, le PATRIMOINE CULTUREL de la région LANGUEDOC-ROUSSILLON

## LE PATRIMOINE CULTUREL

⇒ 15 % du tourisme

⇒ 3 % du PIB

⇒ 1 461 millions d'euros

⇒ 18 365 ETP

⇒ 203 millions d'impôts et taxes

et  75 millions de dotations

# EFFET de LEVIER

## PATRIMOINE CULTUREL REGION LANGUEDOC ROUSSILLON

1€



19 € de Chiffre d'affaires  
5 € DIRECT  
14 € INDIRECT (x3)

1€



2,7 € d'IMPOTS et TAXES  
0,6 € DIRECTS  
2,1 € INDIRECTS

12 000€



3 ETP  
1 DIRECT  
2 INDIRECTS

# UTILITE des MESURES de RETOMBEEES

- CONSIDERER les PATRIMOINES NATURELS et CULTURELS comme les FONDS PROPRES des COLLECTIVITES
- CONSIDERER que le lieu de création de la VALEUR AJOUTEE est parfois loin de l'INVESTISSEUR ou du GESTIONNAIRE dans l'espace et/ou dans le temps
- HIERARCHISER, ARBITRER, EXPLIQUER et OPTIMISER les BUDGETS d'INVESTISSEMENTS et de FONCTIONNEMENT.