

Tourstart Utrecht 2015

Tourstart stimuleert Utrechtse economie met € 34 miljoen



Tourstart Utrecht 2015: een mega-event

198	renners	
2.000	vrijwilligers	
2.400	journalisten	
4.500	tourmedewerkers	
900.000	bezoekers	
17.000.000	tv-kijkers	

De Grand Départ van de Tour de France vindt op 4 en 5 juli in Utrecht plaats. Behalve veel mediaexposure en een mooi feest, levert de Tour ook geld op. Overheid, sponsors, tourorganisatie, journalisten en wielploegen brengen allemaal geld in het laatje van lokale ondernemers. Vooral de horeca profiteert, maar ook detailhandel en vervoersbedrijven boeren goed. De lokale bestedingsimpuls van de Tourstart bedraagt naar verwachting € 34 miljoen.

Le Grand Départ voor zesde keer in Nederland

Op 4 juli 2015 zijn alle ogen in de wielrenwereld op Nederland gericht. Die dag vormt Utrecht het startpodium van het grootste jaarlijkse sportevenement ter wereld: de Tour de France. Het is

de zesde keer dat 'Le Grand Départ' in Nederland plaatsvindt. Amsterdam (in 1954), Scheveningen ('73), Leiden ('78), Den Bosch ('96) en Rotterdam (2010) gingen de Domstad voor.

Stad en land twee dagen in de spotlights

De 102^{de} editie van de Tour zal Utrecht twee dagen aandoen. Na een organisatorische voorbereiding van anderhalf jaar, rijden op 4 juli 198 renners de proloog van bijna 14 kilometer dwars door het centrum van de stad. Vervolgens vertrekken de renners op 5 juli vanuit Utrecht om via de deltawerken op het eiland 'Neeltje Jans' in de Oosterschelde te finishen, waarna het peloton voor de derde etappe naar België verkast. Utrecht en Nederland staan daarmee twee dagen in de internationale spotlights.

Citymarketing belangrijke beweegredenen

Voor de Gemeente Utrecht is het niet zomaar een feestje. Zij tracht het evenement zo te vermarkten dat het € 15 miljoen aan mediawaarde opbrengt. Zo worden rondom de wedstrijd veel evenementen georganiseerd die Utrecht extra publiciteit en bezoekers zullen opleveren. Daarnaast moet de wereldwijde media-aandacht structureel meer bezoekers naar de stad lokken. Bovendien wil de gemeente met de Tourstart de samenwerking

met het bedrijfsleven blijvend verbeteren. De Tour moet het profiel versterken van Utrecht als jonge, dynamische kennisstad waar de fiets het belangrijkste vervoermiddel is.

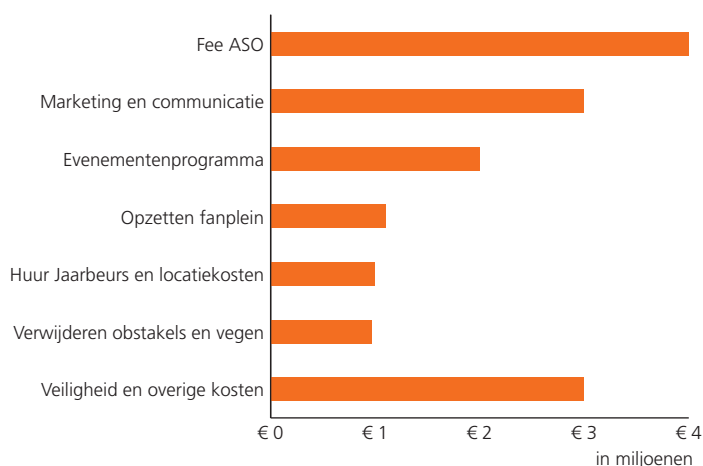
Grote wielerrondes geven bedrijfsleven forse impuls

Over het algemeen betaalt de investering in een Tourstart zichzelf ruimschoots terug. Zo heeft het Utrechtse bedrijfsleven al een keer mogen proeven aan de positieve impact die een grote wielerronde op de stad heeft. Door in 2010 in de Ronde van Italië als finishplaats te fungeren, heeft Utrecht naar schatting € 4 tot € 7 miljoen aan extra bestedingen van bezoekers aangetrokken. Ook recente rondestarts in Assen (de Ronde van Spanje 2009) en Rotterdam (de Tour van 2010) leverden een duidelijk positieve bijdrage aan de plaatselijke economie. Rotterdam kende een vergelijkbare opzet als Utrecht dit jaar. Na aftrek van de fee aan de organisator van de Tour (de ASO) bestond de economische impuls aan de regio Rotterdam uit naar schatting € 33 miljoen aan extra bestedingen. Behalve veel aandacht en een plek in de geschiedenisboeken genereert een Tourstart dus ook economische dynamiek. "Het binnenhalen van de Grand Départ past dan ook in de lijn van een pro-actieve overheid, die in tijden van crisis de economie wil stimuleren", aldus een medewerkster van de organisatie.

Gemeente Utrecht investeert € 5 miljoen

De organisatie van de Utrechtse Tourstart werkt met een projectbegroting van ruim € 15 miljoen. Daarvan investeert de Gemeente Utrecht € 5 miljoen. Bedrijfsleven en overige partijen dragen zo'n € 7 miljoen bij. De rest komt uit andere bronnen, zoals overheden (Rijk, Provincie). De 25 tot 30 bedrijven die sponsors, hebben binding met de stad en vinden het belangrijk dat de stad internationaal op de kaart wordt gezet. Van deze middelen wordt onder meer een fee van € 4 miljoen aan de ASO overgemaakt. Verder wordt het budget ingezet om alle festiviteiten in goede banen te leiden. De voorbereidingswerkzaamheden ter plekke zijn al ruim een maand van tevoren begonnen. Het weghalen van obstakels in het parcours, zoals vluchtheuvels en verkeersdrempels, levert daarbij het meeste werk op.

Figuur 1 Organisatiekosten Grand Départ Utrecht lopen in de miljoenen



Bron: www.tourdefrance-2015.com

Op de vooravond van Le Grand Départ, trekt de parade van **La Caravane d'Utrecht** fietsend, rollend en feestvierend door de binnenstad van Utrecht vanaf het Wilhelminapark naar het plein Vredenburg. De carnavaleske optocht is een feestelijke, culturele parodie op La Caravane Publicitaire, de bekende reclamekaravaan voorafgaand aan iedere etappe van de Tour de France. De relatie van de Utrechter met de fiets staat centraal.

Logistieke tour de force

Logistiek stelt een Tourstart in het hart van de stad de organisatie ook voor de nodige uitdagingen. Bezoekersstromen moeten in goede banen worden geleid en ook de beveiliging van zo'n omvangrijk evenement vergt investeringen. Een extern bureau organiseert de veiligheidsmaatregelen. Zij organiseert het 'crowd-management' en stelt een 'multidisciplinair' calamiteitenplan op. Ook zal de organisatie de jaarbeurs voor één week huren. De internationale pers gebruikt deze locatie als uitvalsbasis tijdens de Tourstart.

Bezoekers brengen het meeste geld in het laatje

De grootste bron van inkomsten voor de lokale economie vormen de uitgaven van bezoekers. Zowel op de dagen dat de Tour de stad aandoet, als op de dagen voorafgaand aan de start, wanneer tal van evenementen plaatsvinden. De meeste uitgaven zullen bezoekers in de lokale horeca doen, maar ook de detailhandel profiteert. Hospitality-pakketten, zoals VIP-feestjes, en fanartikelen, zoals Grand Départ-mokken en fietsbellen, vinden bij een dergelijk evenement gretig aftrek. Ondernemers spelen handig in op het feest door rond het evenement met speciale acties te komen. Zo brouwt lokale brouwerij De Leckere voor de gelegenheid een speciaal Frans saisonbier genaamd Tourkoorts. Verder zijn er nog de vervoersbedrijven en overige ondernemers die een graantje meepikken van de Tourstart.

Volle activiteitenkalender

De economische impact van de Tourstart hangt sterk af van het aantal bezoekers. De organisatie heeft er dan ook alles aan gedaan om zoveel mogelijk mensen bij het evenement te betrekken. De activiteitenkalender staat al in de aanloop naar de Tourstart vol met ludieke acties, liefdadigheid, culturele bijeenkomsten en krachtmetingen. In het oog springen een klimtijdrit in de parkeergarage de Uithof en een 'charity dinner', waar geld wordt opgehaald voor het Jeugd-sportfonds en de realisering van een beweegcentrum voor het Wilhelmina Kinderziekenhuis.

Vooravond Grand Départ trekt bijna 100.000 bezoekers

Om een goede inschatting van de economische impuls van de Tourstart aan de regio Utrecht te kunnen maken, maken wij een inschatting van het aantal bezoekers en hun uitgaven tijdens de evenementen. Ook de activiteiten in de week voorafgaand aan de Grand Départ nemen wij mee in onze berekening. Zo vond er op 28 juni een toertocht plaats. Bijna 14.000 recreanten kregen

de gelegenheid zelf een deel van het tourparcours te fietsen. Ook de ploegenpresentatie op 2 juli trekt veel bekijks. De organisatie verwacht dat daar zo'n 15.000 man op af komt. Daarnaast zal op de dag voorafgaand aan de proloog een menigte van naar schatting 50.000 personen op de verkenning van het proloogparcours door de renners en de vele andere activiteiten afkomen. Samen met de andere activiteiten komt het aantal bezoekers voordat de Tour gestart is naar verwachting al uit op 100.000.

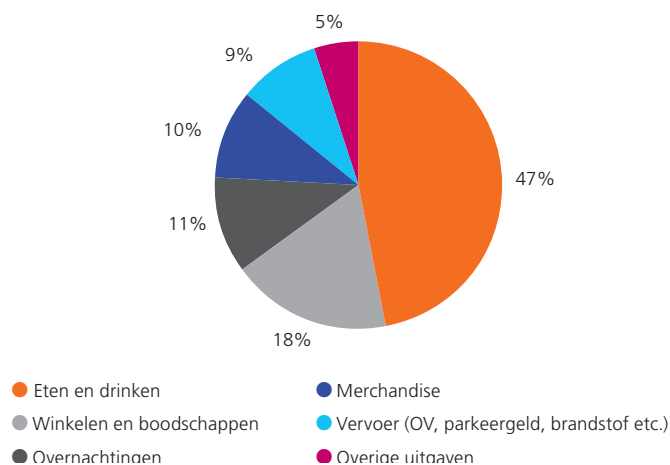
Proloog goed voor 500.000 bezoekers

Voorafgaand aan de proloog legt de reclamekaravaan op 4 juli 2015 vanaf 12:00 uur het gehele parcours door het centrum af. De eerste renner zal vanaf 14:00 uur het startpodium af fietsen, waarna elke 2 tot 3 minuten een nieuwe renner van start gaat. Op de dag dat de tweede Giro-etappe van 2010 in Utrecht finishte ontving de stad 390.000 bezoekers. In Rotterdam stonden 5 jaar geleden tijdens de Tourproloog zelfs 465.000 mensen langs het parcours. Vanwege de duur van de proloog, het feit dat het traject bijna twee keer zo lang is als in Rotterdam destijds en de centrale ligging van Utrecht, gaan we uit van een bezoekersaantal van 500.000 op de dag van de proloog. De tweede etappe zal op 5 juli aan het begin van de middag starten. Utrecht zal dan circa 350.000 toeschouwers verwelkomen.

Peloton van 900.000 man komt op Grand Départ af

Bij elkaar opgeteld komt het bezoekersaantal op ongeveer 900.000 uit. Om het additionele effect van de Tourstart op de economie nauwkeurig te benaderen, hebben wij bij onze berekening alleen de bestedingen meegenomen van de bezoekers die speciaal

Figuur 2 Helft van extra tourbestedingen gaat naar horeca



Bron: ING Economisch Bureau

voor de Tour naar Utrecht komen. Een deel van de bestedingen zou immers ook zonder Tourstart op een ander moment hebben plaatsgevonden. Uit bezoekersenquêtes bij eerdere wielerveden blijkt dat 50% van de bezoekers en daarmee 50% van de bestedingen als extra Tourstart-inkomsten kan worden beschouwd.

€ 17,5 miljoen aan extra dagbestedingen

Uit eerdere evaluaties van starts van grote wielerveden blijkt dat bezoekers per dag € 20 tot € 40 in de startplaats uitgeven. Voor de berekening van de economische impact gaan we hier uit van € 30 per dag aan uitgaven van bezoekers. Met name de plaatselijke horeca en detailhandel profiteren van deze uitgaven (figuur 2). Circa 1 op de 10 bezoekers komt naar verwachting uit het buitenland. Buitenlandse bezoekers geven gemiddeld meer uit dan binnenlandse bezoekers (€ 55 per persoon per dag). Binnenlandse bezoekers die buiten de stad Utrecht wonen geven grofweg de helft daarvan uit (€ 25) en bezoekers uit de stad zelf daar weer de helft van (€ 14). In totaal komen de extra dagbestedingen van bezoekers, exclusief overnachtingen, over de 5 dagen dat de belangrijkste evenementen plaatsvinden, naar verwachting op € 17,5 miljoen uit.

Uitgaven aan logies bedragen € 2 miljoen

Grofweg 1 op de 8 bezoekers overnacht in of net buiten de stad. De 1.500 hotelkamers in de stad Utrecht zijn al maanden geleden volgeboekt en ook in de omgeving is geen hotelkamer meer te krijgen. In vergelijking met Rotterdam in 2010 heeft Utrecht minder formele hotelcapaciteit, maar met de opkomst van online verhuur van particuliere kamers en woningen wordt deze capaciteit fors opgerekt. Ook zijn er vier speciale Tour-de-France-campings die aan duizenden kampeerders plaats bieden. Hiermee rekening houdend, komt het totale aantal overnachtingen naar schatting op 35.000. De hogere kamerprijzen betekenen een plus voor de bestedingen van bezoekers. Daar tegenover staat een min vanwege de verdringing van hotelgasten die wegblijven vanwege de drukte in de stad. De extra uitgaven aan overnachtingen komen daarmee naar verwachting uit op € 2 miljoen.

Hoog Catharijne krijgt Frans tintje tijdens Tour de France

In de week van de start van de Tour de France in Utrecht, wordt winkelcentrum Hoog Catharijne omgedoopt tot een fictief Frans bergdorp met de naam Mont Catherine. Dat meldt vastgoedondernemer Corio.

In het winkelcentrum zijn in de eerste week van juli verschillende foodmarkten te vinden, waar Franse producten verkocht worden. Ook zijn er brocantes en wordt er een tijdelijke 'burgemeester' voor Hoog Catharijne gekozen uit een groep mensen die zich hier online voor heeft opgegeven.

"De tourstart is natuurlijk hét moment om dieper in de Tour-cultuur te duiken. Mont Catherine sluit hier perfect bij aan, met haar brocante- en foodmarkt, straatmuzikanten, karikatuurtekenaar en Petanque", laat de marketingmanager van Corio weten. Naast de verschillende markten is er in de week van de Tour ook een expositie over de historie van de Tour de France te zien.

Bron: www.nu.nl

€ 2,8 miljoen aan bestedingen door overige bezoekers

Wielerploegen geven bij een grote koers per dag gemiddeld circa € 6.000 uit. Aan de Tour van 2015 nemen 22 wielerploegen deel die gemiddeld 6 dagen in Utrecht verblijven. Hun totale uitgaven ter plekke bedragen daarmee bijna € 800.000. Hun geld gaat vooral naar overnachtingen, eten en drinken, vervoer, materieel en inhuur van personeel. De totale uitgaven van tourorganisator ASO stellen we gelijk aan die in 2010, namelijk zo'n € 1,1 miljoen. De uitgaven van journalisten, cameramensen en fotografen zal naar verwachting net als in 2010 op bijna € 900.000 uitkomen. Bij elkaar komt dit op € 2,8 miljoen aan bestedingen door overige bezoekers. De door de Gemeente Utrecht opgerichte stichting die de Tourstart organiseert, Stichting Utrecht 2015, heeft een begroting van € 15,4 miljoen. Ervan uitgaande dat deze middelen speciaal voor dit doel zijn gereserveerd, betreft het additionele uitgaven die we meenemen bij de raming van de economische impact. Op de fee voor de ASO na, zullen deze middelen voor het overgrote deel in en rond Utrecht worden uitgegeven.

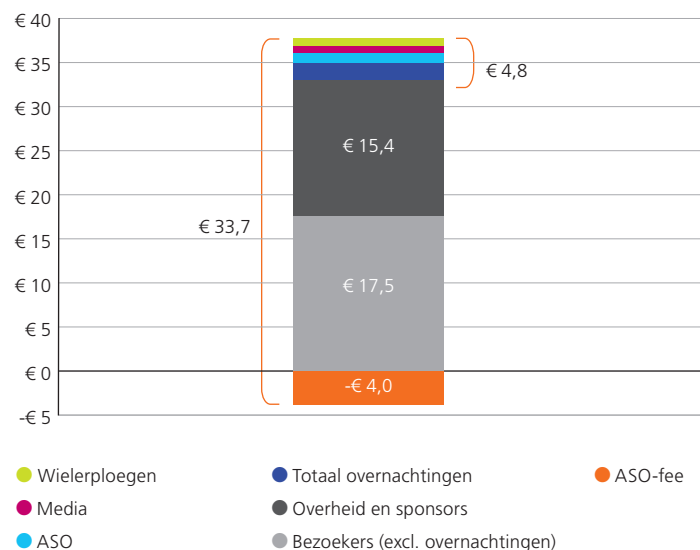
Totale bestedingsimpuls Grand Départ: € 33,7 miljoen

Per saldo komen in onze berekening de extra bestedingen van bezoekers, media, ploegen en tourorganisatie (ASO) op € 22,3 miljoen uit. Met daar bovenop de extra bestedingen vanuit de overheid en de ASO-fee daarvan afgetrokken komt de totaal verwachte bestedingsimpuls van de Grand Départ aan de regio Utrecht op € 33,7 miljoen uit (figuur 3).

Nieuwe wielerronde versterkt langetermijneffecten

Naast deze directe bestedingsimpuls is er sprake van veel 'gratis' reclame door alle mediaexposure die de Tourstart oplevert. Wellicht neemt het aantal bezoekers daardoor structureel toe, wat weer nieuwe toeristische inkomsten genereert. Om dit te bereiken zijn regelmatig nieuwe evenementen met internationale uitstraling nodig. In dit opzicht is de Grand Départ een logische opvolger van de Giro-finish van 2010. Bovendien heeft de organisatie kunnen profiteren van de eerder opgedane ervaring met een grote wielerronde, waardoor zij het wiel niet opnieuw hoefde uit te vinden.

Figuur 3 Uitgaven door bezoekers leveren Utrechtse economie het meeste op



Bron ING Economisch Bureau

€ 300 voor hotelkamer in Utrecht

Wie in juli tijdens de start van de Tour de France in Utrecht wil overnachten, moet flink zijn portemonnee trekken. Hotelkamers in het centrum van de stad kosten die dagen gemiddeld € 300 en zijn vaak 2,5 keer zo duur als in omliggende weken. Dat blijkt uit onderzoek van hotelvergelijkingssite Trivago. Ook op huizenverhuursite Airbnb gaan de slaapplekken voor de hoofdprijs weg. Daar worden huizen aangeboden voor soms wel € 1.000 per nacht.

De stad Utrecht heeft 1.500 hotelbedden, bij lange na niet genoeg voor de tienduizenden, misschien wel honderdduizenden mensen die een slaapplek zoeken tijdens de Grand Départ. Bijna alle hotelkamers zijn dan inmiddels ook vol. Met een hoog prijskaartje. In een straal van een kilometer rond de Dom kost een hotelkamer die dagen gemiddeld € 384, zo onderzocht Trivago.

Wie ondanks deze hoge prijzen nog altijd graag in Utrecht wil overnachten tijdens de Tour: er zijn goedkopere alternatieven. Vier speciale Tour de Francecampings bieden plaats aan duizenden kampeers.

Bron: www.rtlnieuws.nl

Meer informatie

Kijk op ING.nl
of bel met
Edse Datuma, sr. econoom
06 83 64 83 06

Wilt u nieuwe publicaties per mail ontvangen?
Ga naar ING.nl/kennis

Volg ons op Twitter:
[@INGnl_Economie](https://twitter.com/INGnl_Economie)



Disclaimer

De informatie in dit rapport geeft de persoonlijke mening weer van de analist(en) en geen enkel deel van de beloning van de analist(en) was, is, of zal direct of indirect gerelateerd zijn aan het opnemen van specifieke aanbevelingen of meningen in dit rapport. De analisten die aan deze publicatie hebben bijgedragen voldoen allen aan de vereisten zoals gesteld door hun nationale toezichthouders aan de uitoefening van hun vak. Deze publicatie is opgesteld namens ING Bank N.V., gevestigd te Amsterdam en slechts bedoeld ter informatie van haar cliënten. ING Bank N.V. is onderdeel van ING Groep N.V. Deze publicatie is geen beleggingsaanbeveling noch een aanbieding of uitnodiging tot koop of verkoop van enig financieel instrument. ING Bank N.V. betreft haar informatie van betrouwbaar geachte bronnen en heeft alle mogelijk zorg betracht om er voor te zorgen dat ten tijde van de publicatie de informatie waarop zij haar visie in dit rapport heeft gebaseerd niet onjuist of misleidend is. ING Bank N.V. geeft geen garantie dat de door haar gebruikte informatie accuraat of compleet is. De informatie in dit rapport kan gewijzigd worden zonder enige vorm van aankondiging. ING Bank N.V. noch één of meer van haar directeuren of werknemers aanvaardt enige aansprakelijkheid voor enig direct of indirect verlies of schade voortkomend uit het gebruik van (de inhoud van) deze publicatie alsmede voor druk- en zetfouten in deze publicatie.

Auteursrecht en rechten ter bescherming van gegevensbestanden zijn van toepassing op deze publicatie. Overneming van gegevens uit deze publicatie is toegestaan, mits de bron wordt vermeld.

In Nederland is ING Bank N.V. geregistreerd bij en staat onder toezicht van De Nederlandsche Bank en de Autoriteit Financiële Markten.

De tekst is afgesloten op 24 juni 2015.