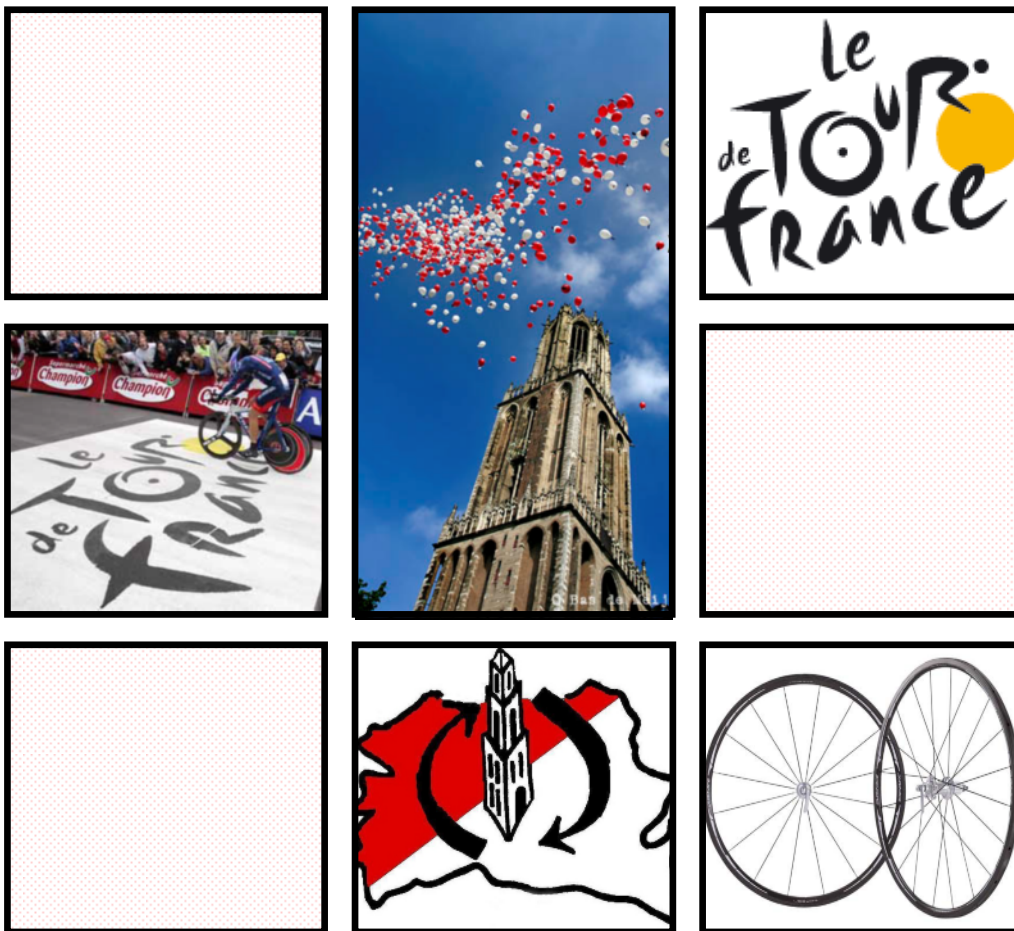


2009WMC73 bijlage 1

Grand Départ in Utrecht

Economische effecten van de Grand Départ van de Tour de France in Utrecht



Opdrachtgever: Provincie Utrecht i.s.m. gemeente Utrecht

ECORYS Nederland BV

Michel Briene
Arjan Koopman
Manfred Wienhoven

Rotterdam, 10 juli 2007

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
W www.ecorys.nl
K.v.K. nr. 24316726

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

Inhoudsopgave

Samenvatting	6
1 Inleiding	11
1.1 Achtergrond	11
1.2 Uitgangspunten en inkadering	11
1.3 Werkwijze	12
2 Grand Depart en Utrecht	13
2.1 Inleiding	13
2.2 Toelichting plannen	13
2.3 Ervaringen met eerdere edities	15
2.4 Plannen in breder perspectief	16
3 Effecten van de Grand Départ	17
3.1 Inleiding	17
3.2 Effecten in voorbereidingsfase	17
3.3 Effecten ten tijde van de Grand Départ	17
3.3.1 Inleiding	17
3.3.2 Directe en indirecte effecten	18
3.4 Samenvattend	19
4 Uitstralings effecten	20
4.1 Inleiding	20
4.2 Vergroten naamsbekendheid (free publicity) en imago	20
4.3 Overige effecten	20
Geraadpleegde Bronnen	23
Begrippenlijst	24
Bijlage 1 Toelichting raming bestedingsimpuls	27
Bijlage 2 Toelichting IO-analyse	29

Samenvatting

1 Aanleiding en doel

Grand Départ: een begrip op zich

Sinds de start van de Tour de France in 1903 heeft deze wielronde zich ontwikkeld tot de meest aansprekende meerdaagse wielervedstrijd ter wereld. Vele miljoenen mensen over de gehele wereld zijn vol verwachting over drie weken fietsen en de spanning loopt hoog op. Ook voor vele bedrijven en media is de Tour de France een hoogtepunt (dan wel een van de hoogtepunten) van het jaar. Steden hebben er daarom veel voor over om een start- of finishplaats te zijn voor één van de etappes. Maar de startplaats van de eerste dag (wanneer de proloog gereden wordt) staat weken van tevoren al in de schijnwerpers.

Het binnenhalen van de Grand Départ is jaarlijks een ‘gevecht’ tussen vele steden. De Grand Départ van de Tour de France heeft vier keer eerder in Nederland plaatsgevonden. De laatste keer was in 's-Hertogenbosch en dateert al weer van 1996. De gemeente Utrecht (samen met de provincie) heeft het initiatief genomen om zich kandidaat te stellen voor de Grand Départ van de Tour de France in 2009. Indien de organisator van de Tour de France besluit om de Grand Départ aan Utrecht te gunnen, dan ontstaat een ronde die begint rond de Domkerk in Utrecht en eindigt op de Champs-Élysées in Parijs.

Effectstudie om tot meer inzicht te komen

Met de organisatie van de Tourstart zijn uiteraard kosten gemoeid. Om goed onderbouwd verantwoording af te kunnen leggen wat deze investering met overheidsgeld oplevert en om het bedrijfsleven zichtbaar te maken welke economische spin-off gerealiseerd kan worden met de Grand Départ in Utrecht, is inzicht nodig in de positieve en mogelijke negatieve economische en maatschappelijke effecten van de Grand Départ op zowel de stad als de regio Utrecht voor de korte als (middel)lange termijn. De Provincie Utrecht heeft ECORYS gevraagd om hiervoor een effectstudie te verrichten. In deze rapportage presenteren wij de bevindingen.

2 Inkadering en werkwijze

Type effecten

Voor het bepalen van de economische spin-off van de Grand Départ maken we een onderscheid in:

- de effecten die optreden tijdens de voorbereidingsfase;
- en effecten die optreden gedurende het evenement zelf.

De bijdrage aan de lokale en regionale economie van Utrecht kan daarbij worden uitgedrukt in termen van bestedingen van bezoekers, de daarmee samenhangende toegevoegde waarde (grootweg de omzet minus de kosten) of in het aantal gerealiseerde banen. Naast deze kwantificeerbare baten zijn er ook allerlei (uitstralings)effecten die minder goed in harde getallen zijn uit te drukken, maar wel van belang zijn voor een goede beoordeling van het project.

Werkwijze

Voor het bepalen van de economische effecten van de Grand Départ zijn modelberekeningen uitgevoerd op basis van beschikbare gegevens en de ervaringen met min of meer vergelijkbare evenementen elders. Voor een nadere toelichting verwijzen we gemakshalve naar de hoofdtekst en de bijlagen. Om rekening te houden met allerlei onzekerheden is gewerkt met een bandbreedte. Het uiteindelijke aantal bezoekers aan het evenement is op voorhand lastig exact vast te stellen en bovendien afhankelijk van allerlei externe factoren. Denk bijvoorbeeld aan een onzekere factor zoals de weersomstandigheden op de dagen dat de Tourkaravaan in Utrecht neerstrijkt. Bovendien

is nog weinig bekend over de evenementen die in de aanloop naar en gedurende de eigenlijke wedstrijddagen worden georganiseerd.

3 Effecten in voorbereidingsfase

Om de Grand Départ naar Utrecht te halen zijn investeringen nodig ter voorbereiding op de start van het evenement. Het gaat hierbij allereerst om de (tijds)inzet van de organisatie die zich bezig houdt met het binnenhalen van de Grand Départ. Daarnaast is het nodig om aanpassingen aan wegen en parkeerinfrastructuur te maken, tribunes te plaatsen, festiviteiten om het evenement heen te organiseren en maatregelen te treffen om de veiligheid van de wielrenners en bezoekers te garanderen.

Hoewel met de organisatie van de Grand Départ zelf een tijdelijk werkgelegenheidseffect gepaard gaat, is dit effect vanuit economisch oogpunt geredeneerd minder interessant. Het bedrag kan immers ook alternatief worden aangewend. De focus voor wat betreft de economische effecten van het organiseren van de Tourstart komen meer op kortere (tijdens het evenement) en langere termijn (in de aanloop naar en na afloop van het evenement) tot uiting.

4 Effecten ten tijde van Tourstart en 1e etappe

Bestedingen tussen 22,6 en 33,7 miljoen euro

De komst van de Grand Départ van de Tour de France naar de stad Utrecht levert in totaal tussen de 22,6 en 33,7 miljoen euro aan bestedingen op. Het overgrote deel hiervan komt voor rekening van de bezoekers, maar ook de wielerteams, tourdirectie, tourkaravaan en pers dragen hieraan bij. Hoeveel bezoekers naar de Grand Départ komen is op voorhand onbekend. Daarom is een optimistisch en pessimistisch scenario aangehouden van respectievelijk 1,6 en 1 miljoen bezoekers.

Belangrijke bestedingscomponenten zijn onder andere uitgaven aan hotels, reiskosten, eten en drinken, overige uitgaven in bijvoorbeeld de detailhandel en aan merchandising. Van de totale bestedingen slaat ongeveer 45% neer in de stad Utrecht, circa 30% in de provincie Utrecht en het restant in de rest van Nederland.

Omvang bruto effect

De geraamde bestedingen dienen als basis voor het bepalen van de economische effecten. De komst van de Grand Départ naar Utrecht levert tijdelijke effecten op aangezien het een eenmalig evenement betreft. Het gaat hierbij zowel om de effecten in de voorbereiding als ten tijde (en na afloop) van het evenement. De bestedingsimpuls zorgt voor de creatie van tijdelijke werkgelegenheid. De aan het wielerevenement gerelateerde tijdelijke werkgelegenheid bedraagt (omgerekend) circa 240 tot 350 voltijdsbanen (afhankelijk van het aantal toeschouwers dat op het evenement afkomt). De directe toegevoegde waarde (grofweg de omzet minus de kosten van de inkoop) van het evenement ligt tussen 10,2 miljoen euro en 15,4 miljoen euro (eveneens afhankelijk van het aantal toeschouwers). Via toeleveranciers en inkomenseffecten komen hier respectievelijk tussen de 75 en 110 voltijdsbanen bij en tussen de 3,5 miljoen euro en 5,3 miljoen euro aan toegevoegde waarde.

Netto impuls

In het bovenstaande effect is nog geen rekening gehouden met bestedingen die anders ook gedaan zouden zijn, dat wil zeggen plaatsgevonden zouden hebben als de Tourstart niet zou zijn georganiseerd. Een deel van de bezoekers was sowieso al van plan om naar de stad te komen

(bijvoorbeeld om te shoppen of als toerist) en besluit om tevens de Grand Départ te aanschouwen. De omvang van deze correctie varieert van 3,1 miljoen euro tot 4,1 miljoen euro.

De mate waarin de lokale, regionale of nationale economie daadwerkelijk profiteert van het evenement is sterk afhankelijk van de herkomst van de bestedingen. Na de bovengenoemde correctie en rekening houdend met de herkomst van de besteding wordt het *additionele* bestedingseffect voor de provincie geraamd op 13,3 miljoen euro in het pessimistische scenario en 21,8 miljoen euro in het optimistische scenario. Voor de stad Utrecht komt het bestedingseffect respectievelijk neer op 7,0 miljoen euro en 12,8 miljoen euro.

Uitstralingseffecten

Naast bovengenoemde effecten leidt de komst van het evenement nog tot een aantal andere (uitstralings)effecten die lastig te kwantificeren zijn en moeilijk onder een noemer kunnen worden gebracht. Relevant zijn:

- **Effecten op naamsbekendheid:** de promotionele waarde schatten wij in de aanloop naar en gedurende het evenement op basis van verwachte media-exposure op grofweg ruim € 10 miljoen. Dit bedrag is weliswaar gebaseerd op de verwachte media-aandacht die Utrecht zal krijgen, maar het is uiteraard de vraag of dit bedrag ook zou worden uitgegeven indien het evenement uiteindelijk niet in Utrecht wordt georganiseerd.
- **Effecten op middenstand**
- **Generator van positieve identificatie**
- **Deelname en betrokkenheid**

De Grand Départ brengt vele positieve effecten met zich mee (extra bestedingen, (tijdelijke) werkgelegenheid, exposure, e.d.), maar heeft mogelijk ook een keerzijde. Zo zal vanwege het grote aantal toeschouwers dat op de wedstrijd afstroomt sprake kunnen zijn van verkeersopstoppingen, parkeerproblemen en andersoortige (negatieve) effecten. De proloog vindt plaats op een zaterdag en de eerste etappe wordt verreden in de regio. Dit probleem is via gerichte maatregelen te neutraliseren. Denk bijvoorbeeld aan een goede persvoorlichting, afstemming met andere activiteiten en het omleiden van verkeer.

5 Effecten op middellange en lange termijn

Het evenement zorgt niet alleen ten tijde van het evenement voor effecten, maar ook na afloop. Allereerst doordat een deel van de bezoekers die speciaal voor de Tourstart naar Utrecht zijn gekomen, wellicht een herhalingsbezoek aan Utrecht gaan brengen. Ook een deel van de mensen die de Grand Départ op televisie bekeken hebben, zullen mogelijk een bezoekje plannen. De (terug)komst van deze bezoekers zorgt weer voor economische effecten (bestedingen, werkgelegenheid, toegevoegde waarde). De naam die Utrecht opdoet met het organiseren van het evenement kan bovendien als positieve stimulans dienen voor het binnenhalen van volgende evenementen doordat Utrecht zich met de Grand Départ bewezen heeft.

6 Tenslotte

De organisatie van de Grand Depart brengt uiteraard kosten met zich mee. Op grond van berekeningen van de initiatiefnemers gaat het om een bedrag (voor de overheid) van ruim € 5 miljoen. De effectmeting laat zien dat een veelvoud van dit bedrag via bestedingen van bezoekers weer terugvloeit naar de lokale en regionale economie. Daarbovenop komt de promotionele waarde, al moet worden aangetekend dat dit bedrag waarschijnlijk niet wordt uitgegeven als het evenement niet naar Utrecht komt. Naast te kwantificeren economische effecten is het evenement vooral ook een feest voor de stad. Het evenement is gratis toegankelijk en draagt (net als andere evenementen) naar ons idee bij aan een levendige en aantrekkelijke stad.

Inleiding

1.1. *Achtergrond*

Van de Dom naar de Champs-Élysées

Het binnenhalen van de Grand Départ is jaarlijks een ‘gevecht’ tussen vele steden. De Grand Départ van de Tour de France heeft vier keer eerder in Nederland plaatsgevonden. De laatste keer was in 's-Hertogenbosch en dateert al weer van 1996. De gemeente Utrecht heeft het initiatief genomen om zich kandidaat te stellen voor de Grand Départ van de Tour de France in 2009. Indien de organisator van de Tour de France besluit om de Grand Départ aan Utrecht te gunnen, dan ontstaat een ronde die begint rond de Domkerk in Utrecht en eindigt op de Champs-Élysées in Parijs.

Stimulans voor stad, regio en sporter

Door de komst van de grootste wielervedronde ter wereld naar Utrecht, komt Utrecht nadrukkelijk in de spotlights te staan. Niet alleen de stad maar ook de regio profiteert hiervan. De ploegen hebben onderdak nodig en zullen in de nabijheid van de stad Utrecht de laatste voorbereidingen doen; wielersfans komen op het evenement af en doen bestedingen in de stad en op andere plekken langs het parcours; bedrijven grijpen de mogelijkheid aan om aan relatiemarketing te doen; media maken reportages van Utrecht en omgeving, etc.. Zeker als ook de eerste etappe voor een groot deel door de provincie loopt, levert de komst van de Tour de France een (economische) stimulans aan zowel de stad als de provincie. Daarbij is de Tourstart in Nederland uiteraard een belangrijke stimulans voor de Nederlandse topwielrenners, die meer nog dan anders gebrand zullen zijn op een goede prestatie.

Effectstudie om tot meer inzicht te komen

Met de organisatie van de Tourstart is veel geld gemoeid. Om goed onderbouwd verantwoording af te kunnen leggen wat deze investering met overheidsgeld oplevert en om het bedrijfsleven inzicht te geven in economische spin-off die gerealiseerd kan worden met de Grand Départ in Utrecht, is inzicht nodig in de positieve en mogelijke negatieve economische en maatschappelijke effecten van de Grand Départ op Utrecht en de regio Utrecht op zowel de korte als (middel)lange termijn. De Provincie Utrecht heeft ECORYS gevraagd om hiervoor een projectvoorstel te formuleren. Door middel van deze offerte geven wij graag gehoor aan dit verzoek.

1.2. *Uitgangspunten en inkadering*

In algemene zin kunnen enkele opmerkingen worden gemaakt die dienen als uitgangspunten van de effectmeting en als inkadering van de resultaten.

a) Projectomschrijving en deelprogrammering

Voor het in kaart brengen van de effecten is een heldere projectomschrijving noodzakelijk. Van belang is onder andere hoe het omlijstende programma eruit zal zien en welke nevenevenementen in het kielzog van de Tourstart kunnen worden georganiseerd. Omdat dit

programma uiteraard nog niet bekend is, stellen wij voor om op basis van ervaringen elders in overleg met de opdrachtgever hieraan verder invulling te geven.

b) Schaalniveau en effecten

De economische spin-off van het project is afhankelijk van het ruimtelijke schaalniveau dat in beschouwing wordt genomen. Om met dergelijke verschillen rekening te houden brengen we de economische effecten voor verschillende ruimtelijke schaalniveaus in kaart. Er wordt gekeken naar de effecten van de Grand Départ voor de regio Utrecht en de stad Utrecht. Door het hanteren van deze schaalniveaus in de presentatie kan ook zichtbaar worden gemaakt wat een mogelijke bijdrage aan het project voor verschillende subsidiegevers in economische zin oplevert.

c) Onderscheid bewoners en bezoekers

Niet alleen mensen van buiten Utrecht, maar ook de bewoners uit Utrecht zullen op de Grand Départ afkomen. Om het effect van de bewoners te bepalen dienen we rekening te houden met het feit dat ze normaliter ook al in de stad zouden besteden (winkelen, sporten, e.d.). Hiervoor maken we een correctie, zodat deze effecten niet overschat worden. Zodoende ontstaat een zuiver beeld van de economische effecten.

d) Goede afweging vraagt om totaalplaatje

De Grand Départ brengt vele positieve effecten met zich mee (extra bestedingen, (tijdelijke) werkgelegenheid, exposure, e.d.), maar heeft mogelijk ook een keerzijde. Deze effecten dienen ter ondersteuning van de besluitvorming eveneens in beeld te worden gebracht. Door zowel naar de positieve als de negatieve effecten te kijken ontstaat een goed en evenwichtig beeld van de effecten van de Grand Départ.

1.3. Werkwijze

Om te komen tot de bepaling van de economische effecten voor de Grand Départ zijn enkele stappen doorlopen. Allereerst is gekeken naar het aantal bezoekers en de herkomst van deze bezoekers. Naast toeschouwers van de proloog en de etappes hebben we ook de deelnemers, de tourkaravaan en de toerdirectie meegenomen. Hierbij is rekening gehouden bij de plaats van herkomst van de bezoeker. Aan de hand van CBS statistieken en ervaringsgegevens van andere (sport)evenementen zijn vervolgens de bestedingen aan consumpties, overnachtingen, e.d. berekend. Deze totale bestedingsimpuls is vervolgens omgezet in gecreëerde werkgelegenheid en toegevoegde waarde. Hierop is vervolgens nog een correctie gemaakt om de economische impact voor de stad en regio specifiek te bepalen.

Grand Départ en Utrecht

1.1. Inleiding

Grand Départ: een begrip op zich

Sinds de start van de Tour de France in 1903 heeft deze wielerronde zich ontwikkeld tot de meest aansprekende meerdaagse wielervedstrijd ter wereld. Vele miljoenen mensen over de gehele wereld zijn vol verwachting over drie weken fietsen en de spanning loopt hoog op. Ook voor vele bedrijven en media is de Tour de France een hoogtepunt (dan wel een van de hoogtepunten) van het jaar. Steden hebben er daarom veel voor over om een start- of finishplaats te zijn voor één van de etappes. Maar de startplaats van de eerste dag (wanneer de proloog gereden wordt) staat weken van tevoren al in de schijnwerpers.

1.2. Toelichting plannen

Utrecht is een stad die leeft en volop in ontwikkeling is. Een van de peilers waar Utrecht sinds 1998 zich nadrukkelijk op richt zijn grote sportevenementen. Het zeer succesvol verlopen WK hockey in 1998 is hiervan het eerste voorbeeld. Verder hebben in 2005 tien wedstrijden, inclusief de finale, van het WK voetbal tot 20 jaar in Utrecht plaatsgevonden. De sportagenda die is opgesteld loopt voorlopig tot 2011 en een Grand Départ van de Tour de France past perfect binnen de agenda.

Kandidaatstelling

In 2002 is de stichting Tour sous le Dom begonnen met een onderzoek of Utrecht in aanmerking kan komen voor een Grand Départ. Dit houdt in dat in Utrecht zowel een proloog als de eerste etappe verreden wordt, waarbij de eerste etappe door de gehele provincie zal lopen.

Utrecht heeft zich inmiddels officieel kandidaat gesteld bij de organisatie van de Tour de France om de Grand Départ in 2009 in Utrecht te laten plaatshebben. De kandidatuur wordt onder andere gesteund door de Nederlandse regering en de Koninklijk Nederlandsche Wielren Unie (KNWU). Dit wil echter niet zeggen dat Utrecht de enige stad is die in de race is om de Grand Départ binnen te halen. Naast enkele buitenlandse steden wil ook Rotterdam de Grand Départ in 2009 organiseren. Voor Utrecht kan dit gevolgen hebben. Mocht Rotterdam de Grand Départ binnenhalen dan komt Utrecht de komende jaren niet in aanmerking om een Grand Départ te organiseren, terwijl bij winst van een buitenlandse stad Utrecht de kandidatuur eventueel kan doorschuiven naar 2010 of 2011. Naar verwachting wordt begin 2008 besloten in welke stad de Tour de France van 2009 gaat beginnen.

Organisatie

Naast de gemeenten en de provincie zijn ook de (lokale) ondernemers nauw betrokken bij de organisatie van de Grand Départ. De ondernemers zijn verenigd in het Businesspeloton Utrecht, een initiatief dat door de gemeente en de provincie gesteund wordt en tot doel heeft om het

(lokale) bedrijfsleven enthousiast te maken. Om het evenement laagdrempelig en voor iedereen toegankelijk te maken, zijn diverse pakketten samengesteld waaruit ondernemers kunnen kiezen. Hierbij wordt gestreefd naar ongeveer een tiental “kopmannen”, grote partijen die participeren, en tussen de 75 en 100 knechten, kleinere partijen die meedoen. Indien dit gerealiseerd wordt is samen met de subsidie van de gemeenten en provincie de businesscase financieel rond. Sinds de oprichting van het evenement eind augustus 2006 hebben zich veel ondernemers aangemeld, wat duidelijk laat zien dat het evenement leeft. Desondanks participeren momenteel nog niet voldoende ondernemers, maar de hoop is er dat het aantal deelnemers stijgt (zeker als de Grand Départ aan Utrecht gegund wordt). De organisatie van het evenement is in handen van een projectorganisatie met bestaande uit professionals.

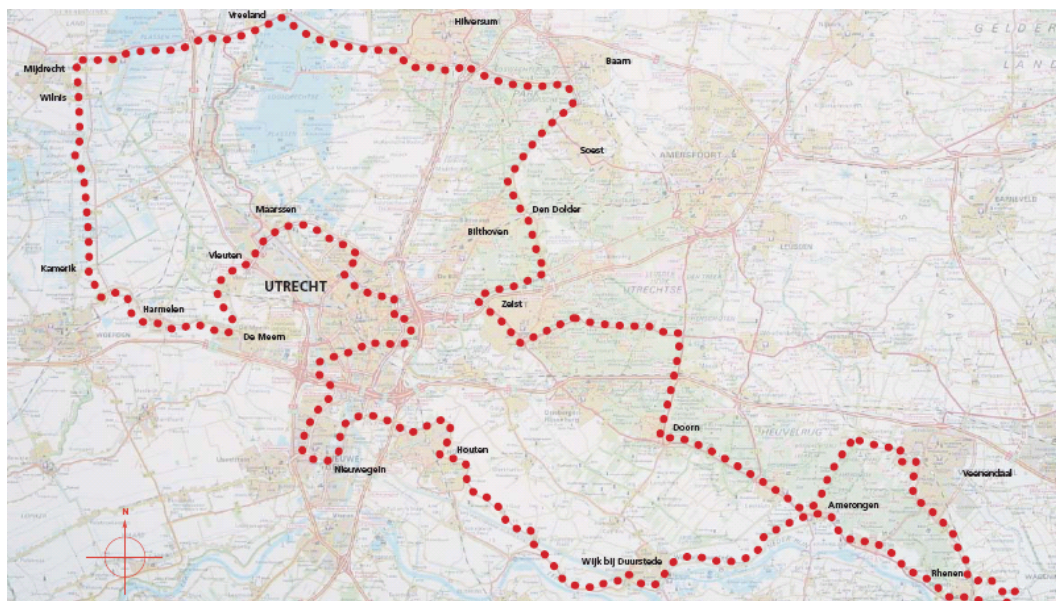
Parcours

Het bidbook is inmiddels ingediend bij de organisatoren van de Tour de France. In het bidbook zijn de routes voor de proloog en de eerste etappe (in concept) opgenomen. Voor de proloog is de Dom het middelpunt van de route die de historische stad met de nieuwe stad verbindt. De eerste etappe leidt de renners door historisch waardevolle gebieden, mooie stads- en dorpskernen en het Nationaal Park de Utrechtse Heuvelrug. De onderstaande figuren geven de parcours weer.

Figuur 0.1 Parcours proloog



Figuur 0.2 Parcours eerste etappe



Bereikbaarheid van de stad

In het bidbook is tevens aandacht besteed aan de bereikbaarheid van het evenement en de stad. Hiervoor is een plan opgesteld waarin staat beschreven hoe de deelnemers aan de Tour de France naar de stad kunnen komen en is geregeld hoe zij naar de start en terug naar het hotel kunnen komen. Verder is aandacht besteed aan de bereikbaarheid van de binnenstad. Hierbij is aandacht voor de manieren van transport van de bezoekers en hoe de binnenstad goed ontsloten kan worden. Doordat vele bezoekers naar de (binnen)stad zullen komen, is op voorhand te zeggen dat de kans op opstoppingen groot is. Door hier tijdig en nauwkeurig de ondernemers en bezoekers te informeren kunnen zij zich hier op instellen.

1.1. Ervaringen met eerdere edities

In het verleden heeft 's-Hertogenbosch al eens de Grand Départ georganiseerd en Groningen de start van de Giro. Cap Gemini Ernst & Young heeft in 2003 de haalbaarheid en eisen aan de organisatie van de start van de Tour de France onderzocht. Hierbij is gebruik gemaakt van de ervaringen van zowel 's-Hertogenbosch als Groningen. De opzet van de organisatie is een van de punten van aandacht, waarbij ook de knelpunten waar deze steden tegen aanliepen worden benoemd. Utrecht deze lessen gebruiken en hierop inspelen.

Uiteindelijk is vooral naar de Tourstart in 's-Hertogenbosch gekeken. De kosten van de organisatie van de Tourstart bedroegen ongeveer 4 miljoen euro. Uiteindelijk is het overgrote deel van deze kosten terugverdiend door sponsoring en de verkoop van tribuneplaatsen. De gemeente subsidieerde het evenement met circa 325 duizend euro. De inkomsten uit sponsoring bleven ongeveer 100 duizend euro achter op hetgeen was begroot.

Utrecht heeft de kosten vooralsnog begroot op circa 5,5 miljoen euro. Ongeveer 3 miljoen euro komt voort uit sponsoring (via het businesspeloton Utrecht) en het restant via subsidies van de gemeenten en provincie. Gezien het feit dat het businesspeloton nog niet de benodigde omvang heeft bereikt, bestaat de kans vooralsnog dat de begroting niet volledig dekkend is. Gezien de ontwikkeling van het aantal aanmeldingen voor het businesspeloton Utrecht en de reacties van ondernemers is er goede hoop dat voldoende sponsorinkomsten gerealiseerd gaan worden.

In 2007 is de Tour de France in Londen gestart. De Grand Départ in Londen heeft geresulteerd in veel publiciteit voor de stad en om de komst van de Tour in Londen te vieren werden vele

festiviteiten en evenementen georganiseerd. De economische impuls van de Tour de France voor de UK wordt door Transport for London (TfL) becijferd op circa £115 miljoen (ca. € 155 miljoen). Dit is echter enorm fors. Aangezien op het moment van de Tourstart nog meerdere grootschalige evenementen in Londen en omgeving georganiseerd werden, zijn er twijfels of deze impuls wel volledig aan de Tourstart toe te rekenen zijn. De vergelijking met Londen wordt om deze reden ook niet gemaakt in deze effectstudie.

1.2. *Plannen in breder perspectief*

De gemeente Utrecht is druk bezig met het vergroten van de aantrekkelijkheid van de stad. Dit om meer bezoekers naar de stad te halen, maar ook om de leefbaarheid van de eigen bevolking te vergroten. Een evenement als de Grand Départ kan voor een impuls zorgen die deze ontwikkeling stimuleert. Utrecht staat gedurende enkele dagen nadrukkelijk in de publiciteit waarmee veel bekendheid gegenereerd wordt. Daarnaast geeft het evenement de bevolking een gevoel van trots en wordt onder andere door investeringen in infrastructuur en winkels gezorgd voor verbeteringen. Tevens is het evenement gratis te bezoeken door de eigen bevolking (net als voor de overige bezoekers), waarmee de stad een feest organiseert voor haar eigen bevolking.

De komst van de Grand Départ kent echter ook enkele nadelen. De bereikbaarheid van de stad zal gedurende het evenement niet optimaal zijn. In het bidbook is hier reeds aandacht aanbesteed en door hier goed en tijdig over te communiceren en heldere afspraken te maken met ondernemers kan hier op ingespeeld worden. Ook de veiligheid is een punt van aandacht. Niet alleen de veiligheid van de deelnemers aan het evenement moet gegarandeerd worden, maar ook die van de bezoekers. Nauwe samenwerking met de politie, brandweer en ambulancediensten (en ziekenhuizen) is dan ook vereist.

Effecten van de Grand Départ

1.1. *Inleiding*

De omvang van de economische effecten is afhankelijk van het schaalniveau dat in ogenschouw wordt genomen. Voor Nederland als geheel komt de economische impact van de Grand Départ vooral tot uitdrukking in de mate waarin buitenlandse bezoekers naar ons land komen. Daarnaast zullen ook mensen uit andere delen van het land naar (de provincie) Utrecht komen om het evenement te aanschouwen. In dit hoofdstuk gaan we in op de economische effecten die samenhangen met de komst van de Grand Départ.

1.2. *Effecten in voorbereidingsfase*

Om de Grand Départ naar Utrecht te halen en vervolgens het evenement te organiseren dienen investeringen gedaan te worden. Een eerste investering hangt samen met de (tijds)inzet van de organisatie die zich bezig houdt met het binnenhalen van de Grand Départ. Het gaat hierbij onder andere om het onderhouden van contacten met de organisatie van de Tour de France, het maken van een bidbook, het verkrijgen van voldoende draagvlak en financiering. Om het evenement te ondersteunen en het Utrechtse bedrijfsleven enthousiast te maken is de projectorganisatie Businesspeloton Utrecht opgezet. Zij houden zich bezig met het creëren van draagvlak voor het evenement onder het bedrijfsleven door het organiseren van wielercafés en meetings.

Daarnaast is het nodig om aanpassingen aan de weg- en parkeerinfrastructuur te maken zodat een zo goed mogelijke doorstroming mogelijk is. Een groot deel van de binnenstad zal gedurende het evenement niet met de auto bereikbaar zijn, terwijl wel veel bezoekers met de auto naar de stad komen. Het regelen van een goede doorstroming en voldoende parkeergelegenheden zijn onontbeerlijk om de massale belangstelling in goede banen te leiden en niet voor een verkeerschaos te zorgen.

Langs het parcours van zowel de proloog als de etappes zullen diverse tribunes en afrasteringen geplaatst worden, festiviteiten georganiseerd worden en extra voorzieningen (toiletten, e.d.) gerealiseerd worden. Een ander belangrijk aandachtspunt is de veiligheid, zowel de algehele veiligheid als de veiligheid van de sporters en bezoekers in het bijzonder. De bovengenoemde investeringen betreft bovenal de tijd die mensen inzetten om dit alles te realiseren.

Hoewel met de organisatie van de Grand Départ zelf een tijdelijk werkgelegenheidseffect gepaard gaat, is dit effect vanuit economische oogpunt geredeneerd minder interessant. De kosten die gemaakt worden kunnen immers ook alternatief aangewend worden. De focus voor wat betreft de economische effecten van het organiseren van de Grand Départ komen meer op kortere (tijdens het evenement) en langere (na het evenement) termijn tot uiting.

1.3. *Effecten ten tijde van de Grand Départ*

1.3.1. *Inleiding*

Om te komen tot monetaarisering van de effecten zijn enkele aannames gemaakt. De belangrijkste aanname is het aantal bezoekers dat op het evenement afkomt. Omdat hier een grote onzekerheid

in zit (als gevolg van weersomstandigheden of dopingperikelen), hebben wij twee scenario's, een optimistisch scenario met 1,6 miljoen bezoekers en een pessimistisch scenario met 1 miljoen bezoekers.

1.3.2. Directe en indirecte effecten

Bestedingsimpuls als vertrekpunt voor effectmeting

De economische betekenis van het project wordt onder andere zichtbaar via de bestedingen van bezoekers, deelnemers en organisatie. Voorbeelden van bestedingen zijn vervoerskosten van en naar het evenement, overnachtingskosten, uitgaven voor eten en drinken en aankop en andere afgeleide bestedingen. De structuurgegevens van de (lokale) economie bepalen het directe en afgeleide effect van het evenement.

Omvang bruto bestedingsimpuls

De bezoekersstromen en de samenstelling van deze stromen vormen de basis voor de bepaling van de bestedingsimpuls. Hierbij zijn we uitgegaan van een optimistische scenario en een pessimistisch scenario. In het geval van het optimistische scenario komen ongeveer 1,6 miljoen mensen op het evenement af en bij het pessimistische scenario 'slechts' 1 miljoen mensen.

Aan de hand van de verwachte gemiddelde bestedingen op basis van de verwachte herkomst van de bezoekers, de daarmee samenhangende reiskosten en de noodzaak om (vanwege de afstand) in of in de nabijheid van Utrecht te overnachten is de bestedingsimpuls bepaald. Voor andere bestedingscomponenten zoals de uitgaven aan onder andere eten en drinken en merchandising is aangesloten bij ervaringsgegevens van andere evenementen en de door het CBS aangegeven gemiddelde bestedingen bij (sport)evenementen. Op basis van de gehanteerde uitgangspunten bedraagt de totale bruto bestedingsimpuls die samenhangt met de komst van de Grand Départ tussen de 22,6 miljoen euro en 33,7 miljoen euro. Van de totale bestedingen komt via de uitgaven aan eten, drinken, en logies het grootste deel terecht in de horeca (naar schatting ongeveer 2/3). De overige bestedingen hangen voornamelijk samen met de uitgaven aan vervoer en logistiek.

Effect voor de provincie en stad Utrecht

De effecten van de provincie en stad worden bepaald door de mate waarin bestedingen ook daadwerkelijk neerslaan in de provincie of stad. Overnachten de bezoekers in Utrecht, in Amersfoort of in Amsterdam. Vertrekken bezoekers na afloop van de proloog of de eerste etappe direct naar huis of gaan ze eerst nog ergens eten. Naar schatting slaat ongeveer 45% van de bestedingen neer in de stad Utrecht, afhankelijk van het scenario betekent dit 10,2 tot 15,0 miljoen euro. In de provincie Utrecht wordt gedurende de Grand Départ nog eens 7,2 tot 9,9 miljoen euro uitgegeven.

Bestedingen	Bestedingen
Stad Utrecht	10,2 - 15,0
Provincie Utrecht (excl. stad Utrecht)	7,2 - 9,9
Overig Nederland	5,2 - 8,7
Totaal	22,6 - 33,7

Werkgelegenheid en toegevoegde waarde

Uitgedrukt in bruto werkgelegenheid creëert de Grand Départ aan tijdelijke werkgelegenheid tussen de 240 en 350 voltijdsbanen afhankelijk van het aantal toeschouwers dat op het evenement afkomt (pessimistisch of optimistisch scenario). De directe toegevoegde waarde die het evenement genereert ligt tussen de 10,2 miljoen euro en 15,4 miljoen euro. Via toeleveranciers en

inkomenseffecten komen hier respectievelijk tussen de 75 en 110 voltijdsbanen bij en tussen de 3,5 miljoen euro en 5,3 miljoen euro aan toegevoegde waarde.

Netto impuls

In het bovenstaande effect is nog geen rekening gehouden met bestedingen die anders ook gedaan zouden zijn, dat wil zeggen plaatsgevonden zouden hebben als de Tourstart niet zou zijn georganiseerd. Een deel van de bezoekers was sowieso al van plan om naar de stad te komen (bijvoorbeeld om te shoppen of als toerist) en besluit om tevens de Grand Départ te aanschouwen. De omvang van deze correctie varieert van 3,1 miljoen euro tot 4,1 miljoen euro.

De mate waarin de lokale, regionale of nationale economie daadwerkelijk profiteert van het evenement is sterk afhankelijk van de herkomst van de bestedingen. Na de bovengenoemde correctie en rekening houdend met de herkomst van de besteding wordt het *additionele* bestedingseffect voor de provincie geraamd op 13,3 miljoen euro in het pessimistische scenario en 21,8 miljoen euro in het optimistische scenario. Voor de stad Utrecht komt het bestedingseffect respectievelijk neer op 7,0 miljoen euro en 12,8 miljoen euro.

1.4. Samenvattend

De Grand Départ kent een enorme aantrekkingskracht. De komst van de Grand Départ naar Utrecht betekent dat tussen de 22,6 en 33,7 miljoen euro aan bestedingen gedaan worden afhankelijk van hoeveel toeschouwers op het evenement afkomen (pessimistisch of optimistisch scenario). Drukken we dit uit bestedingseffect uit in tijdelijke werkgelegenheid dan creëert de Grand Départ in totaal (direct + indirect) tussen 315 en 460 voltijdsbanen. De totale toegevoegde waarde die het evenement genereert ligt tussen de 13,7 en 20,7 miljoen euro.

Tabel 0.1 Overzicht effecten Grand Départ

	Pessimistisch	Optimistisch
Toeschouwers	1,0 mln.	1,6 mln.
Bestedingen	€ 22,6 mln.	€ 33,7 mln.
Werkgelegenheid	315 fte	460 fte
Toegevoegde waarde	€ 13,7 mln.	€ 20,7 mln.

Het additionele bestedingseffect voor de stad Utrecht bedraagt tussen 7,0 en 12,8 miljoen euro. Voor de provincie (exclusief Utrecht) komt het additionele bestedingseffect neer op tussen de 6,3 en 9,0 miljoen euro.

Uitstralings effecten

1.1. Inleiding

De Grand Départ brengt naast bovengenoemde effecten ook niet monetariseerbare effecten met zich mee. Deze effecten zijn:

- Vergroten naamsbekendheid (free publicity) en imago;
- Generator van positieve identificatie;
- Neveneffecten als mindere bereikbaarheid;
- Vergroten deelname en betrokkenheid bij (wieler)sport en
- Kwaliteitsimpuls toeristisch-recreatieve voorzieningen.

1.2. Vergroten naamsbekendheid (free publicity) en imago

De Tour trekt vanwege haar omvang en uitstraling veel media-aandacht en levert voor stad en regio veel free publicity op. Denk hierbij alleen al aan de shots die van de stad en omgeving gemaakt worden op het moment van de plaats en bezienswaardigheden in de nabijheid van het parcours. In economische termen kan dit worden gekwantificeerd in termen van besparingen op regulier promotiebudgetten of via het bepalen van de (markt)waarde van de totale publicitaire aandacht in de diverse media.

De media-aandacht die de Tour de France krijgt, zal niet alleen de interesse wekken om als toeschouwer het Grand Départ te bezoeken. Het evenement wordt namelijk in vele landen (rechtstreeks) uitgezonden. Circa 40 tv-kanalen volgens de wedstrijd rechtstreeks en ruim 150 tv stations over de gehele wereld is de Grand Départ te aanschouwen. Dit betekent dat Utrecht de hele wereld over gaat en op een geweldige manier gepromoot wordt. Verder besteed ook de schrijvende pers aandacht aan de Grand Départ in Utrecht. Naar verwachting zal over de Tour in meer dan 500 kranten geschreven worden.

De publiciteit die Utrecht hiermee vergaart is feitelijk gratis reclame. Deze free publicity vertegenwoordigt een zekere waarde welke bepaald kan worden door uit te gaan van een gemiddelde waarde per seconde voor een commercial. Om hetzelfde resultaat te bereiken had Utrecht anders reclametijd moeten inkopen en kosten moeten maken. De Grand Départ vertegenwoordigt een waarde van ongeveer 12 miljoen euro, waarbij rekening is gehouden met zowel de publiciteit in de aanloop naar de Grand Départ als de publiciteit ten tijde van het evenement. In vergelijking, de promotionele waarde van de Tour in 's-Hertogenbosch kende in de voorbereidende fase een waarde van circa 4,5 miljoen euro en voor Utrecht betreft dit ruim 5 miljoen euro.

1.3. Overige effecten

Generator van positieve identificatie

Dit evenement draagt bij aan een gevoel van trots en eigenwaarde voor de inwoners van Utrecht en de regio. De media besteden aandacht aan het evenement, de stad en de regio, waaraan inwoners positieve gevoelens zullen ontleen.

Mindere bereikbaarheid

De tourstart levert een belangrijke bestedingsimpuls voor de lokale en regionale economie op. Toch kan de middenstand – met name in bepaalde delen van de stad – te ‘lijden’ hebben van het evenement, doordat de bereikbaarheid verminderd en de stad voor een deel wordt afgesloten. Een vervoersplan is dan ook benodigd om te komen tot een goede doorstroming. Daarnaast zal de binnenstad te maken kunnen hebben met minder winkelend publiek ten opzichte van een regulier weekend. Dit wordt echter gecompenseerd doordat ook de bezoekers van het evenement gaan shoppen in de stad en de stad sterk gepromoot wordt waardoor na het evenement meer publiek naar de stad komt.

Vergroten deelname en betrokkenheid

Het binnenhalen van de Grand Départ van de Tourstart heeft tevens een sociaal-maatschappelijke betekenis. Door het binnenhalen van een dergelijk grootschalig sportevenement raken inwoners en organisaties betrokken bij de stad en regio, terwijl anderzijds het evenement als aanjager voor de breedtesport kan fungeren. Het op deze manier bij elkaar brengen van mensen bevordert de sociale cohesie.

Kwaliteitsimpuls toeristisch-recreatieve voorzieningen

De organisatie van de Tourstart leidt mogelijk ook tot een impulswerking bij bestaande toeristisch-recreatieve ondernemingen en aanverwante bedrijven. De kwaliteit van het toeristisch-recreatief product zal hierdoor kunnen verbeteren, hetgeen uiteindelijk effect zal hebben op het bezoekvolume en het daaraan gekoppelde bestedingsniveau.

Geraadpleegde Bronnen

- Cap Gemini Ernst & Young, *Le Tour sous la Tour, Haalbaarheid van en eisen aan de organisatie van de start van de Tour de France in Utrecht*, 2003
- Gemeente Valkenburg aan de Geul en Heerlen, *Marketingpakket Wereldwielerevenementen*, 2005
- Gemeente Valkenburg aan de Geul, *Evaluatie Valkenburg aan de Geul, Wereldwielersstad 2006*, Valkenburg aan de Geul, 2006
- Gemeente Utrecht, *Le Tour sous le Dom, présentation de candidature d'Utrecht, Pays Bas*, Utrecht, 2005
- Gemeente Utrecht, *Tout pour le Tour*, Utrecht, 2005
- Gemeente Utrecht, *Utrecht 2009, Tourboekje*, Utrecht, 2006
- CBS, *Nationale Rekeningen, Voorburg*, 2006
- Meerwaarde onderzoeksadvies, *Rotterdam Sportjaar 2005, evaluatie economische impact*, 2006

Begrippenlijst

Afschrijvingen

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.

Arbeidsinkomensquote

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.

Arbeidsjaar

De gemiddelde contractuele arbeidsduur van een voltijdsbaan van werknemers op jaarbasis.

Basisprijzen

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.

Belastingen

Door de overheid opgelegde, verplichte heffingen, zonder een direct aanwijsbare tegenprestatie, die dienen ter dekking van overheidsuitgaven.

Beroepsbevolking

Alle personen van 15-64 jaar die tenminste twaalf uur per week werken of actief dergelijk werk zoeken.

Binnenlands product

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.

Bruto productiewaarde

De marktwaarde van de afgezette goederen en diensten, vermeerderd met de waarde van de goederen die aan de voorraad zijn toegevoegd.

Bruto toegevoegde waarde

Toegevoegde waarde inclusief

Consumptieve bestedingen	afschrijvingen. De goederen en diensten die gebruikt worden voor rechtstreekse bevrediging van individuele of collectieve behoeften
Geregistreeerde werkloosheid	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.
Marktprijzen	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.
Multiplier	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.
Nationaal inkomen	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.
Nationaal product	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.

Productiewaarde

De marktwaarde van de afgezette goederen en diensten, vermeerderd met de waarde van de goederen die aan de voorraad zijn toegevoegd.

Bijlage 1 Toelichting raming bestedingsimpuls

Deze bijlage bevat een detaillering van de gehanteerde regio-indeling ten behoeve van het bepalen van de economische spin-off van de Grand Départ.

Regio-indeling

De regio-indeling is opgesplitst in een aantal ruimtelijke schaalniveau's: de nationale economie, de regionale economie en de lokale economie. De gegevens over de lokale economie hebben betrekking op de stad Utrecht, de gegevens over de regionale economie op de provincie Utrecht en de gegevens over de nationale economie over heel Nederland.

Achtergrondinformatie raming bestedingsimpuls

Maatgevend voor de omvang van de economische effecten zijn de bezoekersstromen en de daarmee samenhangende bestedingen die worden gegenereerd. Daarbij gaat het om de bestedingen van bezoekers van het evenement aan vervoerskosten, overnachtingskosten en allerlei afgeleide (consumptieve) bestedingen.

Vertrekpunt bij het bepalen van de bestedingsimpuls is het bidbook. Vervolgens zijn veronderstellingen gedaan op basis van uitstraling en reikwijdte van het evenement alsmede de herkomst van de bezoekers. Door gebruik te maken van de CBS statistieken en ervaringen van andere (sport)evenementen zijn vervolgens de bestedingen geraamd. Doordat er onzekerheid is over het aantal bezoekers dat afkomt op het evenement is gewerkt met een optimistisch en een pessimistisch scenario.

Tabel 0.1 Kwantitatieve impressie van o.a. bezoekersvolume, herkomst, modaliteit, bestedingsvolume, werkgelegenheidseffect en effect op de toegevoegde waarde

	Pessimistisch	Optimistisch
Bezoekersvolume (in mln.)	1,0	1,6
Herkomst bezoekers		
Stad Utrecht	38%	27%
Provincie Utrecht	36%	44%
Overig Nederland	16%	19%
Buitenland	10%	10%
Modaliteit		
Auto	35%	35%
OV	30%	25%
Anders	35%	40%
Aantal overnachtingen	130.000	200.000
Bestedingsimpuls (in mln.)	€ 22,6	€ 33,7
Stad	€ 10,2	€ 15,0
Provincie	€ 7,2	€ 9,9
Overig Nederland en buitenland	€ 5,2	€ 8,7
Directe werkgelegenheid	240	355
Stad	110	160
Provincie	75	110
Overig Nederland	55	85
Indirecte werkgelegenheid	75	110
Stad	10	10
Provincie	30	40

	Pessimistisch	Optimistisch
<i>Overig Nederland</i>	35	60
Directe toegevoegde waarde (in mln. euro)	€ 10,2	€ 15,4
<i>Stad</i>	€ 4,6	€ 6,7
<i>Provincie</i>	€ 3,2	€ 4,5
<i>Overig Nederland</i>	€ 2,5	€ 4,2
Indirecte toegevoegde waarde (in mln. euro)	€ 3,5	€ 5,3
<i>Stad</i>	€ 0,3	€ 0,5
<i>Provincie</i>	€ 1,3	€ 2,0
<i>Overig Nederland</i>	€ 1,8	€ 2,8

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 0.1 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 een eerste 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.