



NOTA DE PREMSA

L'impacte econòmic de Fira Mediterrània al territori supera els 3 milions d'euros

La FUB ha fet un estudi sobre els visitants de l'edició passada de Fira Mediterrània i l'impacte econòmic que generen al territori

Segons l'estudi, la valoració de la Fira, el nombre de visitants i la despesa augmenta en relació a les dades del darrer estudi de 2011 (analitza la Fira Mediterrània del 2010)

Els diferents factors han influenciat un increment de l'impacte econòmic i han disparat l'efecte multiplicador amb un retorn de 12€ per euro invertit

Després de 5 anys, la Fundació Universitària del Bages (FUB) ha dut a terme un nou estudi d'impacte econòmic en el territori, segons el qual es detecta un augment en el nivell d'identificació amb l'esdeveniment manresà (un 96% dels enquestats recomanaria la Fira a un amic i la puntuació que es dona al certamen és de 7,76). L'increment del grau d'afinitat ha fet que la despesa dels visitants hagi augmentat en un 30,58% (ara la mitjana és de 22,67€), i al mateix temps, possiblement incentivat pel canvi de dates, l'afluència de públic ha crescut més d'un 11% (amb una forquilla d'entre 98.457 i 119.607 persones). La combinació de tots aquests factors ha disparat l'augment de l'impacte econòmic dels visitants en un 16%, passant a ser d'entre 2.695.485 i 3.345.448 €. Si es té en compte que aquesta millora de xifres s'ha donat tot i que el pressupost de la Fira és més ajustat que al 2010, data del darrer estudi, el retorn de cada euro invertit ha passat de 8€ a 12€. Així, les dades del nou informe aporten unes xifres que milloren en escreix les recollides a l'estudi similar que es va dur a terme al 2010, i que ja havia superat les expectatives inicials.

Impacte econòmic

Al 2010 la Fira Mediterrània va encarregar a la **FUB** un informe estadístic sobre l'impacte de l'esdeveniment a la ciutat de Manresa i l'entorn immediat, en termes de valoració dels visitants i d'impacte econòmic que generen. L'any passat, Fira Mediterrània va encarregar un estudi similar per tal d'actualitzar les dades recollides fa cinc anys. La metodologia utilitzada és exactament la mateixa que l'aplicada a l'edició 2010, per la qual cosa és possible comparar les dades. Aquest cop, però, la FUB ha pogut aprofundir en els resultats.

Així, segons l'estudi de la FUB, l'impacte econòmic de la passada edició de la Fira Mediterrània se situa **entre els 2.695.485 € i 3.345.448**, amb un increment del 15,66%-16,82% respecte l'edició de 2010. I per cada euro invertit a la Fira, se n'ha generat entre 10,81 i 13,42 € revertits a la ciutat (enfrent els 8 € de 2010).

L'anàlisi es realitza amb les declaracions dels mateixos usuaris i amb la recollida de deixalles a les zones on transcorre la Fira. Aquest darrer estudi aporta la xifra de les persones addicionals que han passat per la Fira i que no són de Manresa, que al 2015 va suposar **un increment d'escombraries del 12,7%** (davant el 7% de l'edició de 2010). Així, l'estimació apunta que la Fira va rebre durant els 4 dies de celebració una afluència de públic d'entre 98.457 i 119.607 persones (un 11,5% més que al 2010).

Procedència i hàbits

Gairebé la meitat dels enquestats (307 persones) són de Manresa (47,88%), el 12% són de la resta de la comarca del Bages, un 39% són de la resta de Catalunya i l'1,30% són de fora de Catalunya. Només un 7% tenen un perfil professional. La **despesa mitjana** que van tenir els enquestats és de 22,67€, un 30,58% que cinc anys enrere. Els que reconeixen haver tingut més despeses durant la Fira són els de fora de Catalunya (32,65€), seguits de la mitjana de catalans de fora del Bages (26,72€). Les persones del Bages han gastat 22,73€ de mitjana, i els manresans, 15,96 €. De tots, els que reconeixen haver gastat més durant la Fira, són els professionals del sector (amb una mitjana de 60€). La major part dels enquestats van anar a veure espectacles gratuïts.

Entre el 95% i el 97% dels enquestats recomanaria la Fira a un amic, i és que la majoria demostra un grau elevat d'interès per la Fira. L'estudi també indica algunes curiositats, com que el públic de la Fira és majoritàriament femení.

Pel que fa a com han conegut la Fira, principalment reconeixen haver rebut la informació per part dels amics, tot i que la premsa, la ràdio, la televisió i les xarxes socials també són fonts d'informació importants.

Metodologia de treball

Per tal de dur a terme l'estudi, la FUB ha aplicat una metodologia estadística basada en una enquesta subministrada a una mostra representativa dels usuaris de la Fira (307 persones), a banda de l'anàlisi del volum de deixalles. Una de les novetats respecte a l'estudi de 2010 és l'aplicació de **tècniques de "clustering"**, molt comunes en l'anàlisi estadística de dades. Bàsicament consisteixen en la classificació dels objectes similars en diferents grups, en la partició de les dades en diferents subconjunts (o clústers).

Aplicant aquesta tècnica s'han obtingut dos grups d'enquestats amb característiques diferenciades a l'hora de valorar la Fira, com a fruit de l'especial potenciació d'un dels dos grups. Es tracta del **clúster amb més afinitat** per la Fira format per persones que en fan una valoració molt positiva. Són usuaris de la Fira amb bon coneixement de la programació, que demostren molt d'interès per tot el que hi tingui relació, tant ells com els seus familiars, i que tenen més despeses durant la seva celebració. Aquests usuaris de la Fira consideren que els espectacles programats són d'alta qualitat, i que

el mercat manresà és modern, urbà , participatiu i contemporani. Aquest grup s'interessa sobretot per tots els espectacles, s'ajustin o no als seus interessos.

El segon clúster té menys afinitat per la Fira, per tant, la valoren menys, la coneixen menys i demostren menys interès per ella. Aquest grup també gasta menys diners durant els dies de la Fira (15€ de mitjana).

Segons l'estudi, s'ha comprovat que els professionals del sector cultural que assisteix a la Fira gasten molts més diners que la resta de visitants, i per aquest motiu se'ls ha exclòs de l'anàlisi de clústers.

RESUM DADES

| Variable | Fira Mediterrània 2010 | Fira Mediterrània 2015 | Variació |
|------------------------------|-------------------------|-------------------------|------------------|
| Valoració Mitjana | 7,40 | 7,76 | +4,86% |
| Despesa Mitjana | 17,36 € | 22,67 € | +30,58% |
| Afluència de Públic Estimada | 88.217 - 107.368 | 98.457 - 119.607 | 11.3% -11.6% |
| Impacte Econòmic Estimad | 2.402.150€ - 2.959.018€ | 2.695.485€ - 3.345.448€ | +15.66% - 16.82% |
| Efecte Multiplicador | 7,28 - 8,97 | 10,81 - 13,42 | 48,49% - 49,6% |

| Variable | Fira Mediterrània 2010 | Fira Mediterrània 2015 | Variació |
|---------------------------------|------------------------|------------------------|----------|
| Despesa mitjana Manresans | 13,6 € | 15,96 € | +17,35% |
| Despesa mitjana resta del Bages | 17,4 € | 22,73 € | + 30,6% |
| Despesa mitjana Catalunya | 23,52 € | 26,72 € | *14,1% |
| Despesa mitjana fora Catalunya | 29,74 € | 32,65 € | *9,78% |

Aloma Vilamala

COMEDIA. Comunicació & mèdia sl

Bertran, 18-20, Àtic. 08023 Barcelona

T. [00 34] 933 10 60 44 · 932 95 56 34

M. [00 34] 616 26 56 26

Fax [00 34] 932 54 76 55

avilamala@comedianet.com

www.comedia.cat