

Fira de novembre 2022



AJUNTAMENT DE
Vilanova i la Geltrú

LA FIRADE
NOVEMBRE
DIES 11, 12 i 13 de 2022

The Whatsons.
Opinió pública

METODOLOGIA I FITXA TÈCNICA 3

LES DADES: ELS VISITANTS 4

Gènere i edat	5-6
Procedència	7
Públic novell i assistència prèvia	8
Tipus de visita	9
Canals i mitjans de comunicació	10
Motius de visita	11
Àpats a Vilanova	12
Pernoctació a Vilanova	13
Despesa	14
Visita d'espais firals	15
Valoració d'espais firals	16
Valoració de serveis firals	17
Valoració general i intenció de retorn	18
Índex NPS (recomanació)	19
Comentaris i observacions	20

EL CÀLCUL: L'IMPACTE ECONÒMIC 21

Els estudis d'impacte econòmic	22-23
Els efectes econòmics	24-26
L'impacte econòmic total	27

CONSIDERACIONS FINALS 28

Conclusions	29-30
-------------	-------

Metodologia i fitxa tècnica

Enquesta presencial a les persones assistents a la Fira de Novembre de Vilanova i la Geltrú, celebrada els dies 11, 12 i 13 de novembre de 2022.

PARÀMETRES MOSTRA TEÒRICA

Univers mostral teòric (N) = 100.000

Nivell de confiança (k) = 95,5%

Marge d'error (e) = +/- 5%

Mostra tècnica necessària (n) = 385



MOSTRA REAL

Mostra tècnica (n) obtinguda = 410



TREBALL DE CAMP

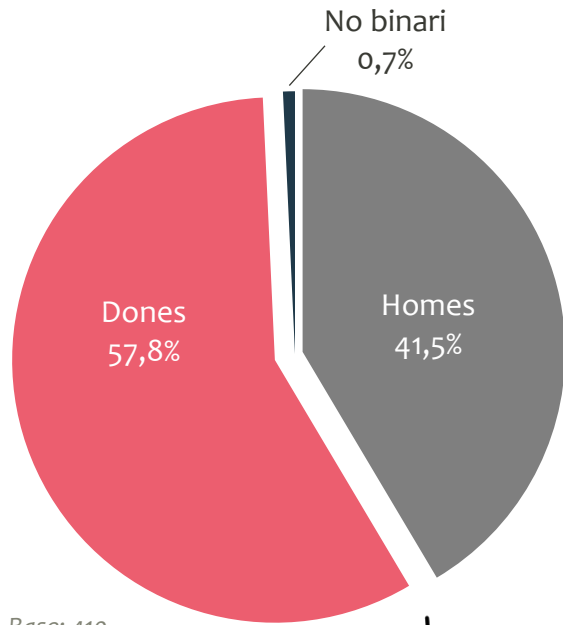
Realitzat els dies:
11, 12 i 13 de novembre de 2022



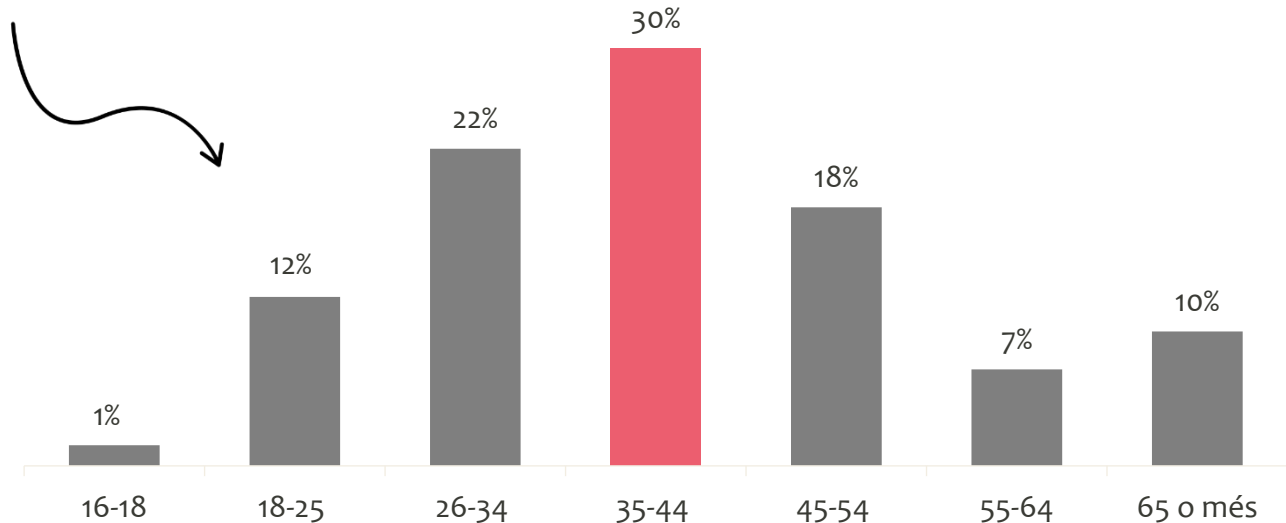
Les dades

Els visitants de la Fira





Base: 410



Base: 410

Gairebé 6 de cada 10 visitants de la Fira de Novembre de Vilanova i la Geltrú són dones.



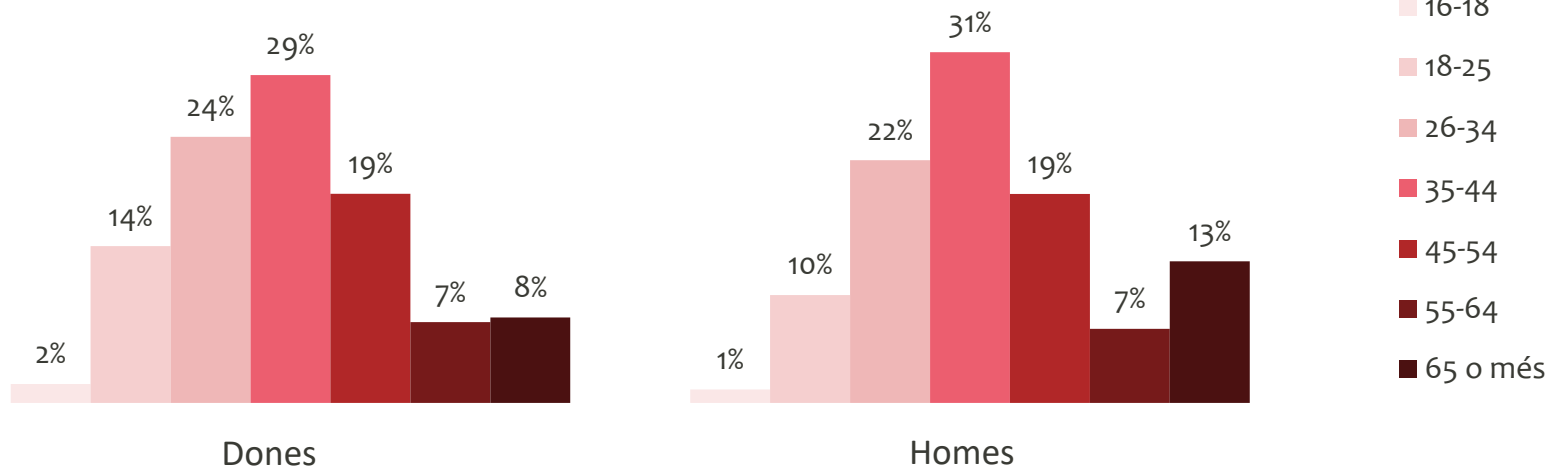
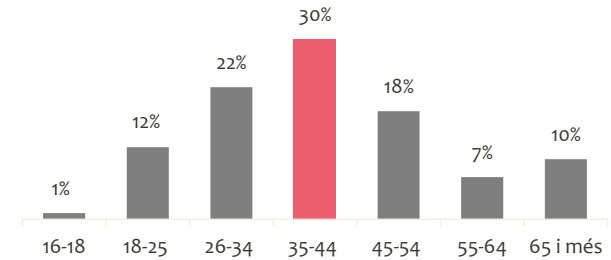
Pel que fa l'edat, es destaca el públic de 35 a 44 anys, amb un 33%. Així mateix, amb un 22%, hi ha els visitants d'entre 26 i 34 anys i amb un 18% els qui tenen entre 45 i 54 anys.

El públic més jove, de fins a 25 anys, representa un 13% de les persones que visiten la Fira i les majors de 55 anys, un 17% (7% fins a 64 anys i 10% de 65 en endavant).

Pel que fa la distribució d'edat per gènere, de manera independent, s'observen algunes diferències, destacant:

- Major presència de dones de fins a 25 anys (16% de dones vs. 11% d'homes).
- Major presència d'homes de 65 anys en endavant (13% d'homes vs. 8% de dones).

Les franges d'edat compreses entre els 26 i els 64 anys presenten una elevada homogeneïtat entre dones i homes, amb pràcticament els mateixos percentatges en cada rang.

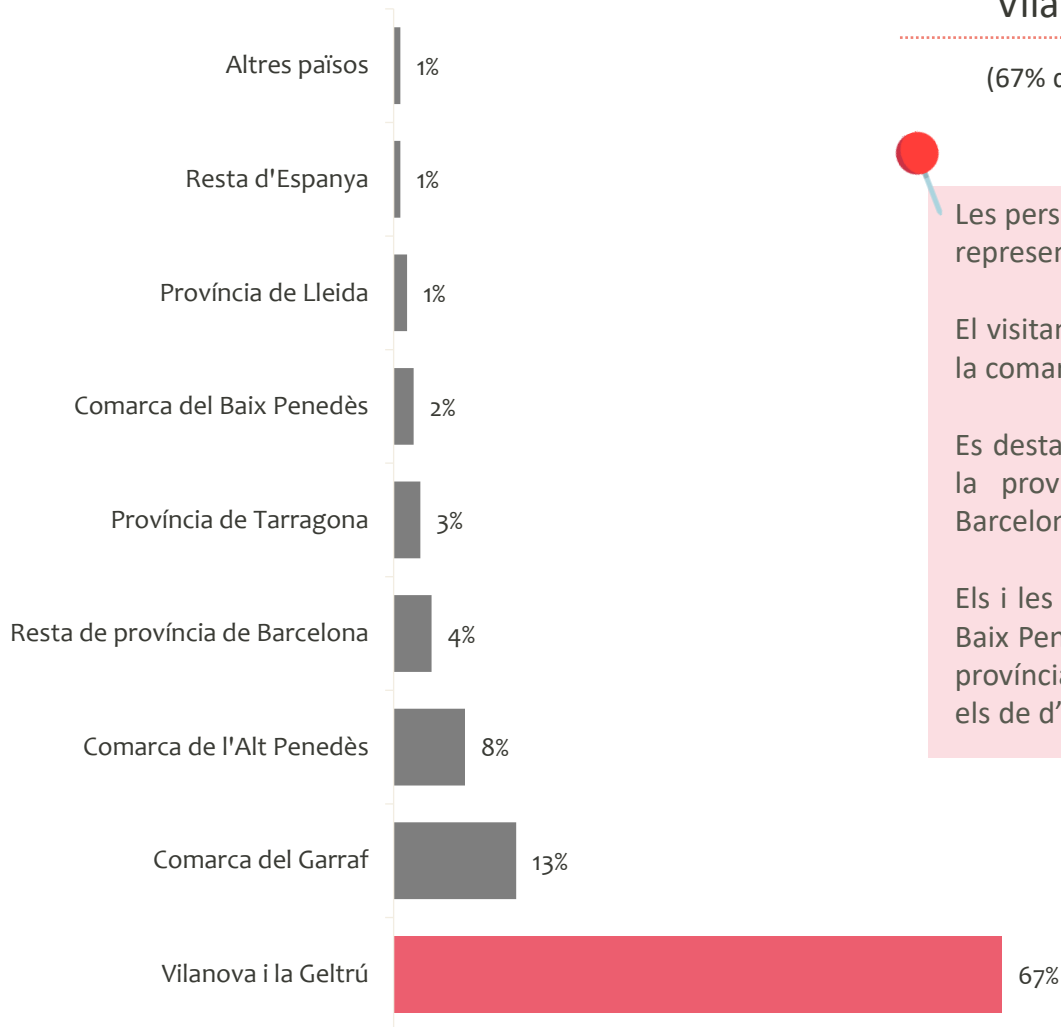


El públic femení de la Fira de Novembre és lleugerament més jove que el masculí

(Les dones tenen 40,9 anys de mitjana i els homes 43,2 anys)

Quin és el vostre lloc de residència habitual?

Base: 410



8 de cada 10 visitants de la Fira de Novembre de Vilanova i la Geltrú són de la ciutat o la comarca

(67% de Vilanova i la Geltrú i 13% de la resta de la comarca del Garraf)

Les persones procedents de la mateixa ciutat de Vilanova i la Geltrú representen el 67% dels visitants de la Fira de Novembre.

El visitant comarcal, del Garraf, representa el 13% del públic i el de la comarca veïna de l'Alt Penedès és del 8%.

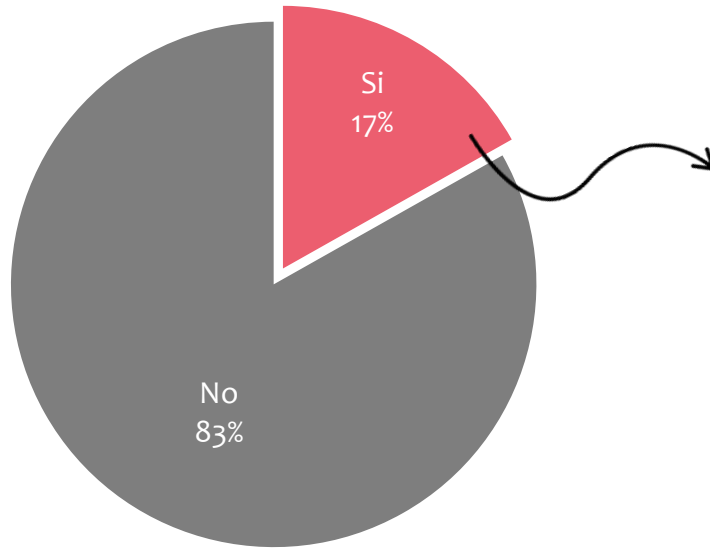
Es destaca, també, la presència d'un 4% de visitants de la resta de la província de Barcelona, principalment del Baix Llobregat, Barcelonès i Bages.

Els i les visitants de la demarcació de Tarragona són el 5% (3% del Baix Penedès i 2% de la resta de la província), mentre que els de la província de Lleida són un 1%, igual que els de la resta d'Espanya i els de d'altres països (Andorra).

Públic novell i assistència prèvia

És la primera vegada que visiteu la Fira de Novembre o ja ho havíeu fet en anteriors edicions?

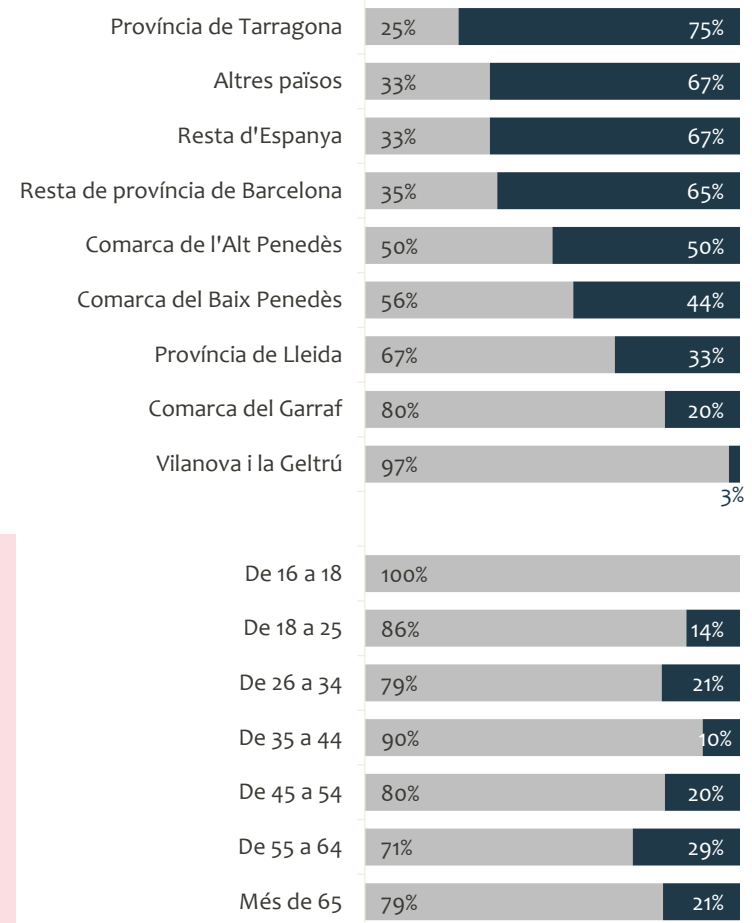
Base: 410



Un 83% de les persones visitants de la Fira de Novembre de 2022 ja havien estat a l'esdeveniment en anteriors edicions. El 17% del públic restant visita la Fira per primera vegada; és novell.

El públic de Vilanova i la Geltrú és el més fidel a l'esdeveniment: el 97% ja havia participat a la Fira. El públic de la comarca del Garraf i de la província de Lleida també presenten un perfil de visitant altament fidelitzat amb l'esdeveniment, amb un 80% i un 67% d'assistència prèvia, respectivament. En canvi, les persones de la província de Tarragona són les més novells, amb un 75% de visitants d'aquesta demarcació que visiten la Fira per primera vegada.

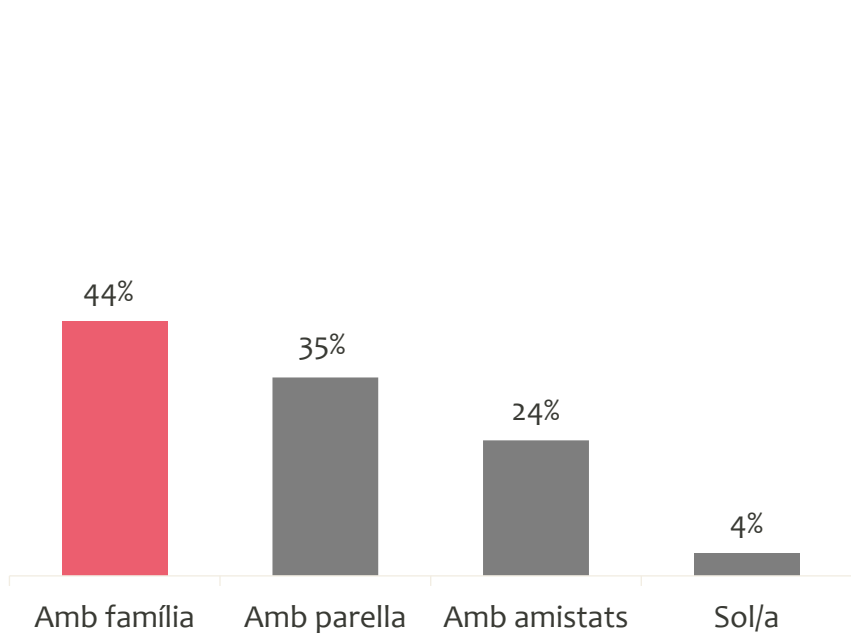
Per edats, els més novells són els de 55 a 64 anys, amb un 29% de primeres visites.



Assistència prèvia Primera vegada

Amb qui heu vingut a la Fira de Novembre?

Base: 410



Més de 4 de cada 10 visitants de la Fira de Novembre hi assisteixen amb família (44%).

Els qui fan una visita amb parella són el 36% i aquells qui visiten l'esdeveniment firal amb amistats representen el 24%.

Per últim, hi ha un 4% dels visitants que fa una visita en solitari. Es tracta de visitants locals i comarcals.

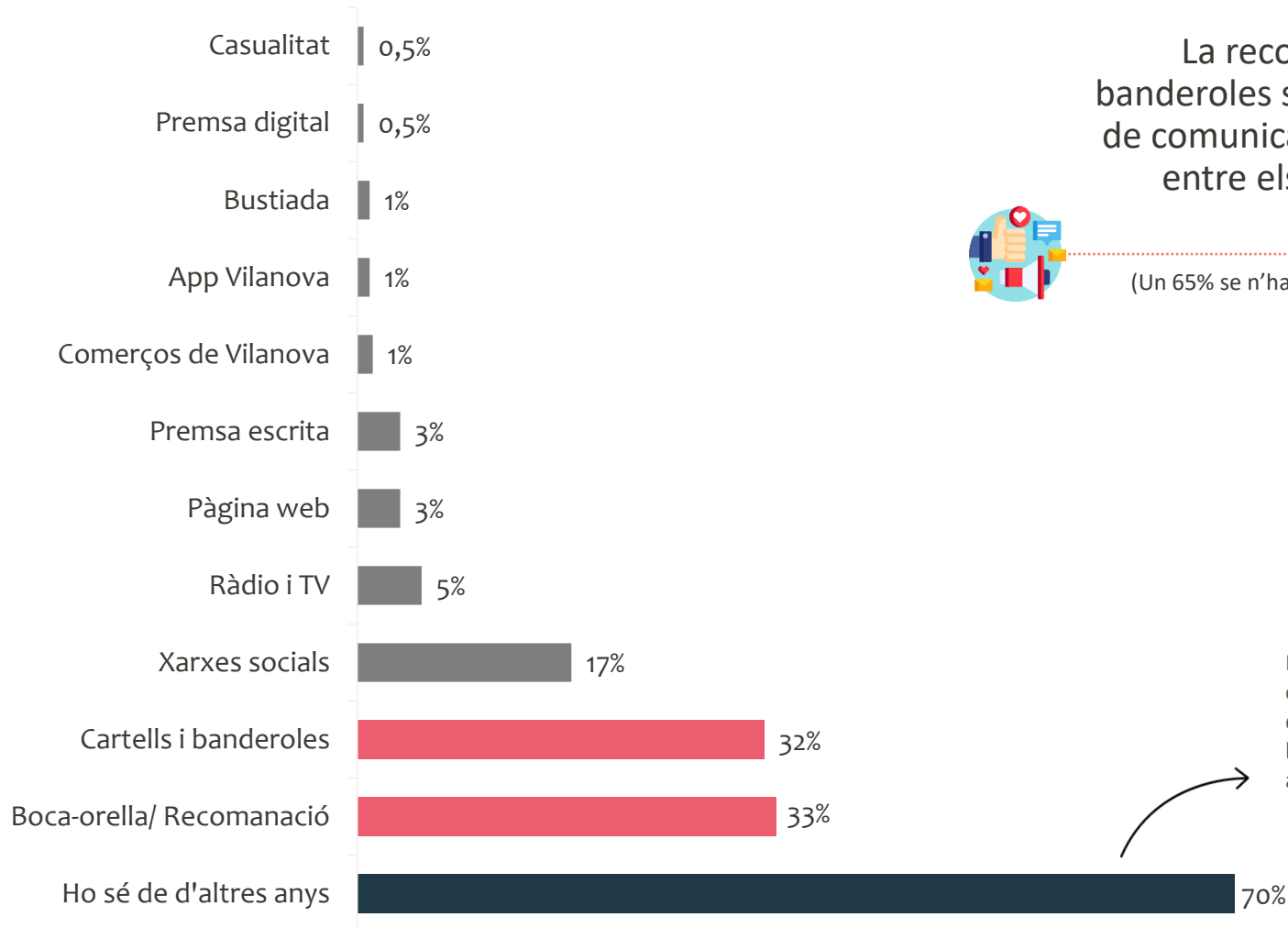
La visita familiar és de 4,5 persones, mentre que la visita amb grup d'amistats és de 9 persones de mitjana



Canals i mitjans de comunicació

Per quins canals i/o mitjans de comunicació us heu assabentat de la celebració de la Fira de Novembre?

Base: 410



La recomanació i els cartells i banderoles són els canals i mitjans de comunicació amb més impacte entre els visitants de la Fira de Novembre

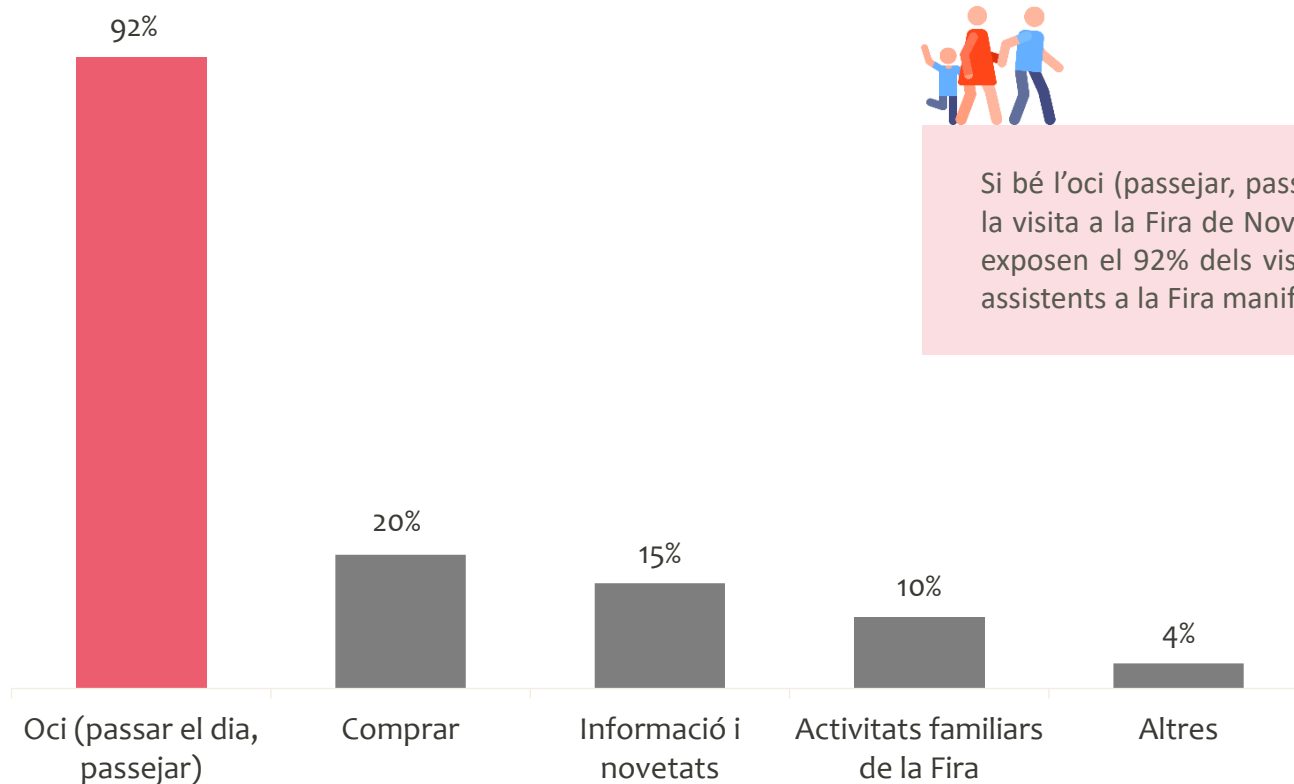


(Un 65% se n'ha assabentat per aquests dos canals)

El record de visita és també un element important. En aquest cas, 7 de cada 10 visitants ja coneixien l'esdeveniment pel fet d'haver-hi assistit anteriorment.

Quins són els motius principals de la visita a la Fira de Novembre?

Base: 410



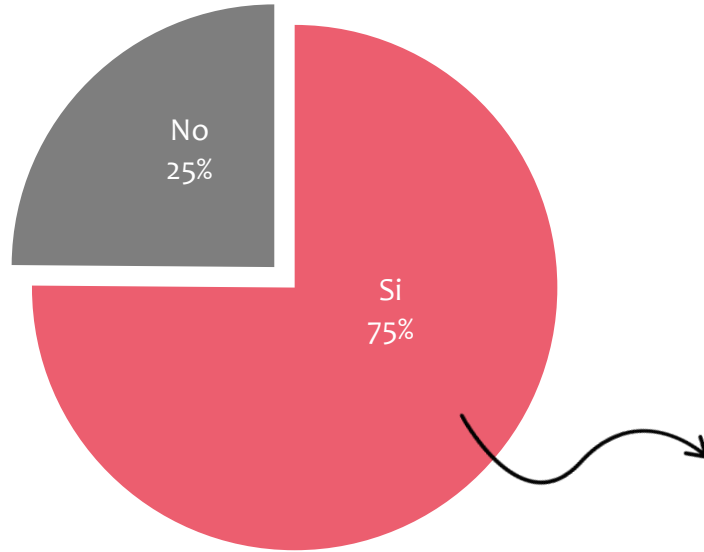
L'oci (passejar, passar el dia) i comprar, els motius de visita principals a la Fira



Si bé l'oci (passejar, passar el dia) esdevé el motiu principal de la visita a la Fira de Novembre de Vilanova i la Geltrú – així ho exposen el 92% dels visitants - cal destacar que 2 de cada 10 assistents a la Fira manifesten intenció de comprar.

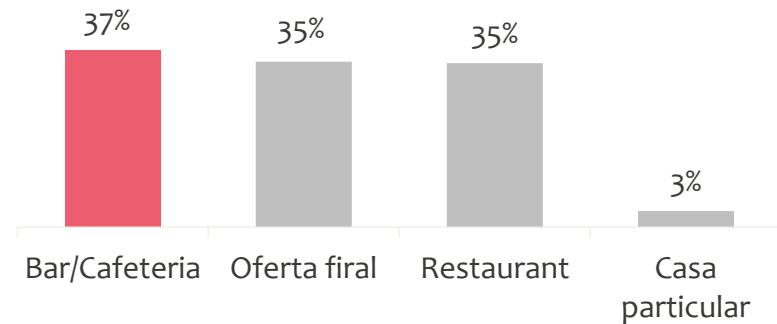
Feu algun àpat a Vilanova i la Geltrú amb motiu de la visita a la Fira de Novembre?

Base: 410



Un 75% de visitants de la Fira de Novembre fa algun àpat a la ciutat de Vilanova i la Geltrú, amb motiu de la participació a l'esdeveniment firal.

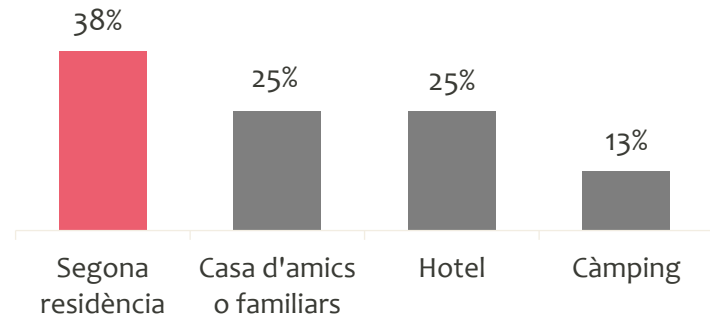
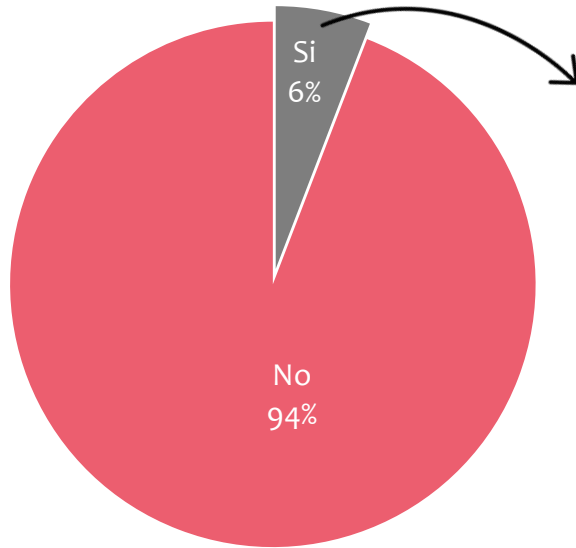
Hi ha un repartiment molt homogeni entre les opcions de restauració firal (35%) i l'oferta local de bars (37%) i restaurants (35%). Així mateix, hi ha un darrer 3% que fa àpat a casa d'amics o familiars.



Base: 308

Dormiu a Vilanova i la Geltrú amb motiu de la visita a la Fira de Novembre?

Base: 137 (410 – 273 residents a Vilanova i la Geltrú)



Base: 8

Un 6% de les persones que visiten la Fira de Novembre opta per pernoctar a Vilanova i la Geltrú durant el cap de setmana de la fira i, principalment, ho fa en segona residència a la ciutat.

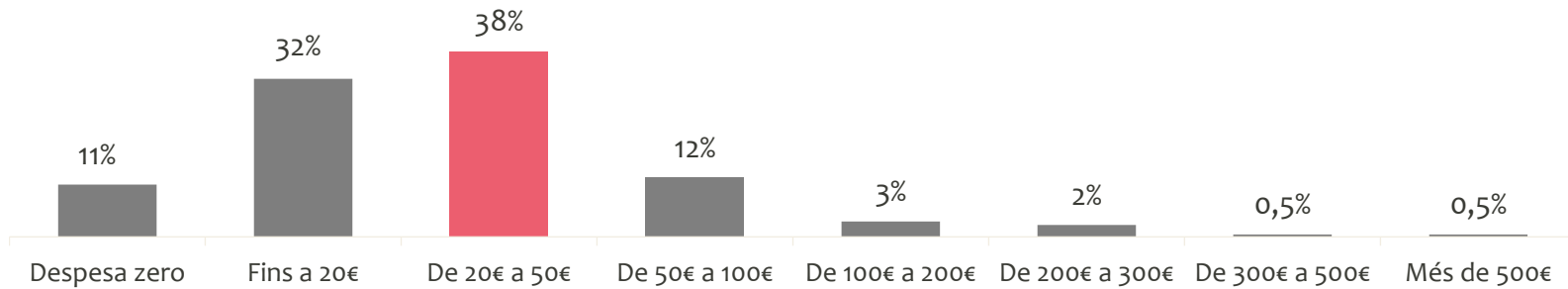


La segona residència, la principal opció d'allotjament entre els qui pernocten

Quina despesa teniu intenció de fer / heu fet a la Fira de Novembre?

Base: 410

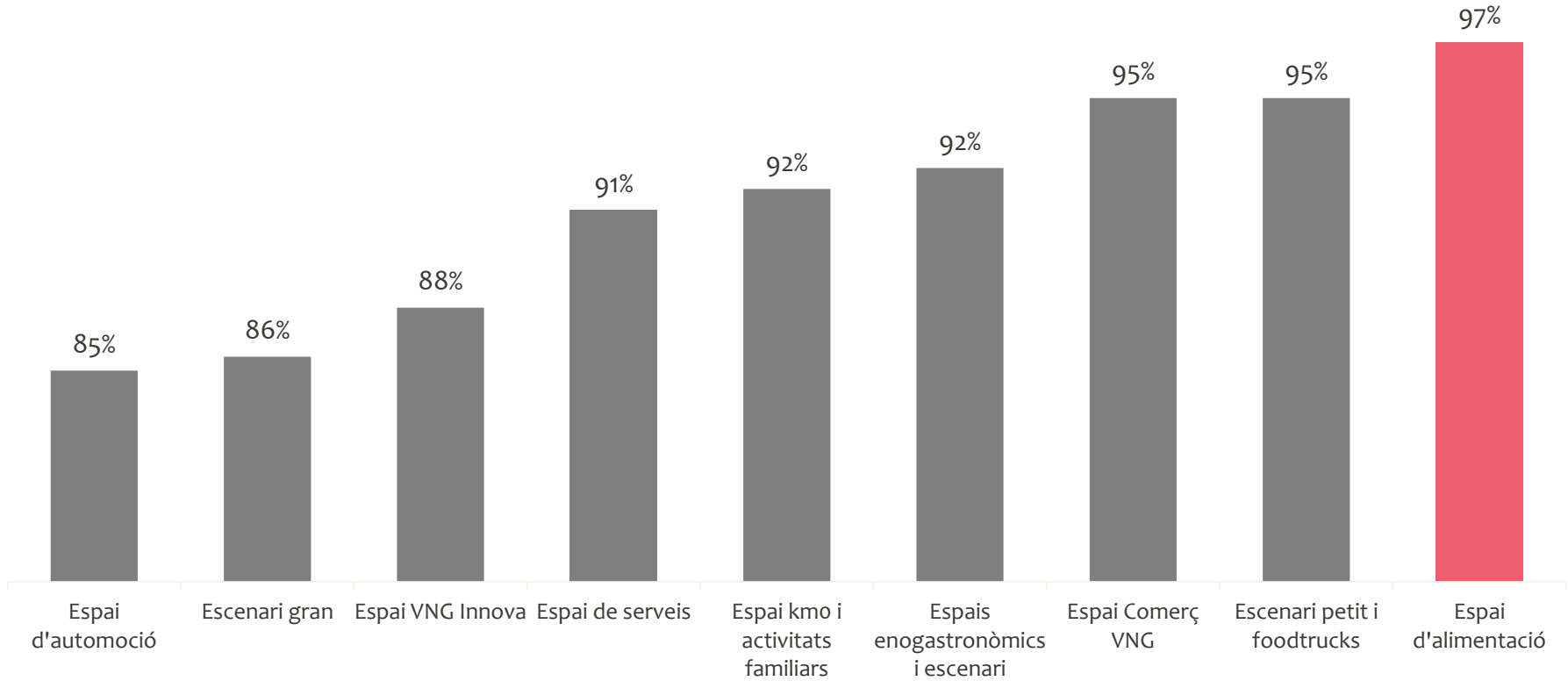
La despesa mitjana se situa en 51,5€ per persona



Un 38% d'assistents a la Fira efectua una despesa de 20€ a 50€ i un altre 32% diu tenir intenció de gastar fins a 20€ a la Fira de Novembre.

Quins espais i/o sectors de la Fira heu visitat?

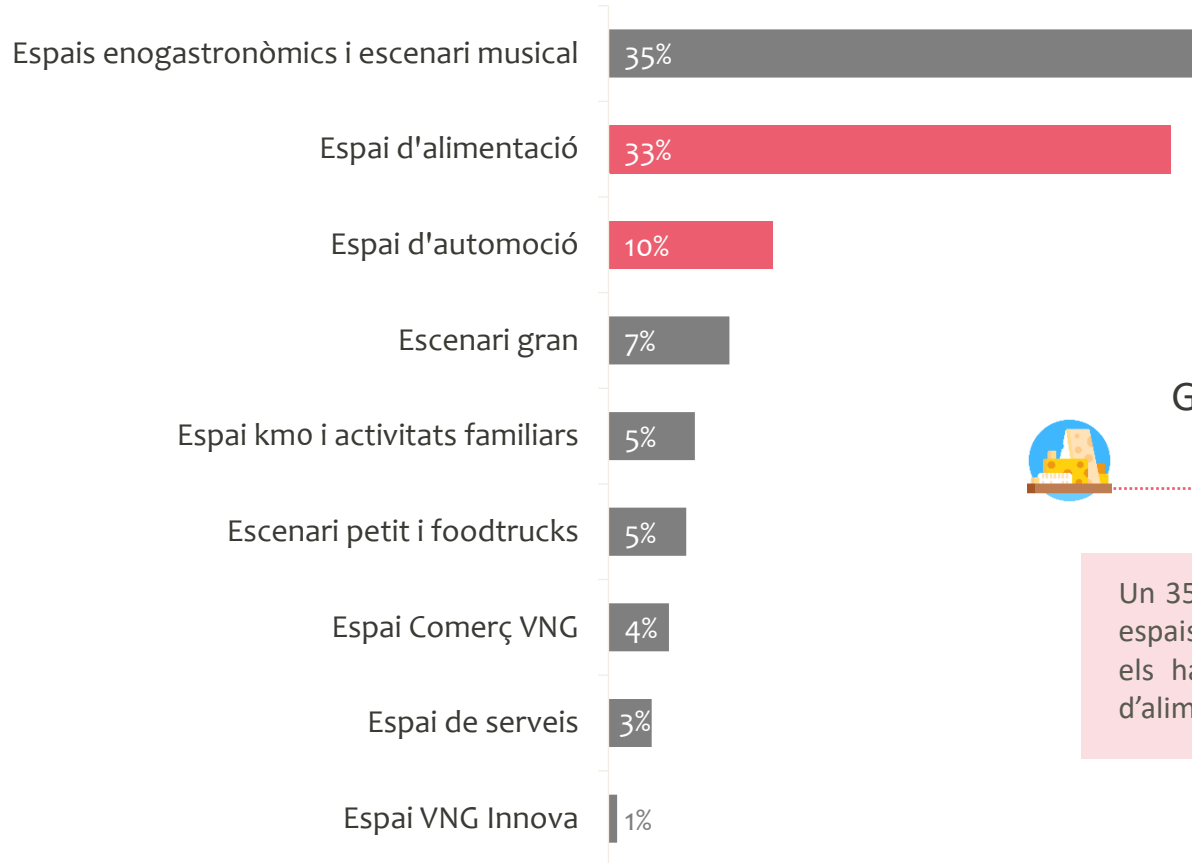
Base: 410



L'espai d'alimentació és el sector firal més visitat

Quin espai i/o sector de la Fira us ha agradat més?

Base: 398



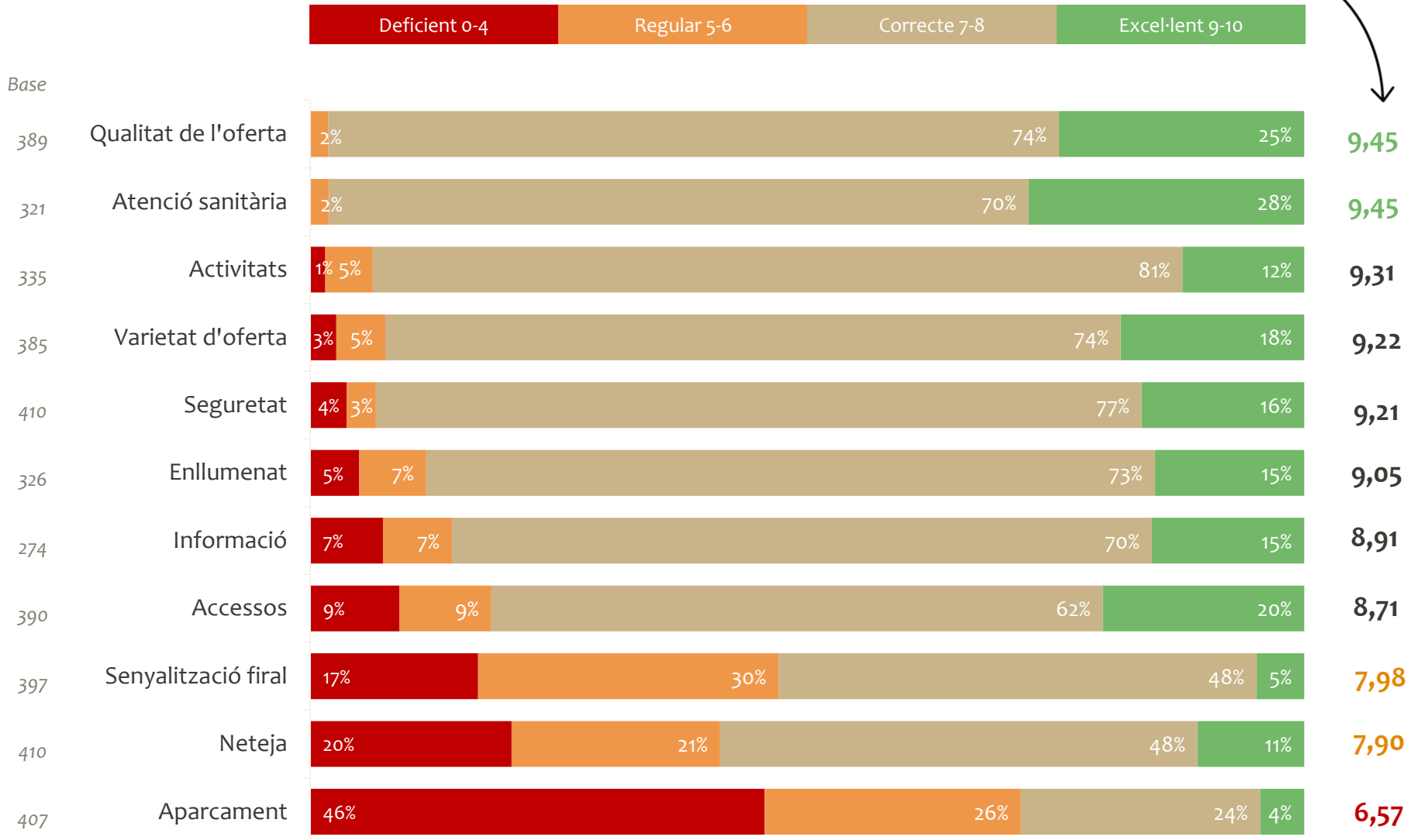
Gastronomia i alimentació, els espais firals que més agraden als visitants

Un 35% de les persones enquestades opina que els espais enogastronòmics de la fira són els que més els han agradat i un altre 33% considera l'espai d'alimentació com el millor de la Fira.

Valoració de serveis firals

Com valoreu els serveis de la Fira de Novembre?

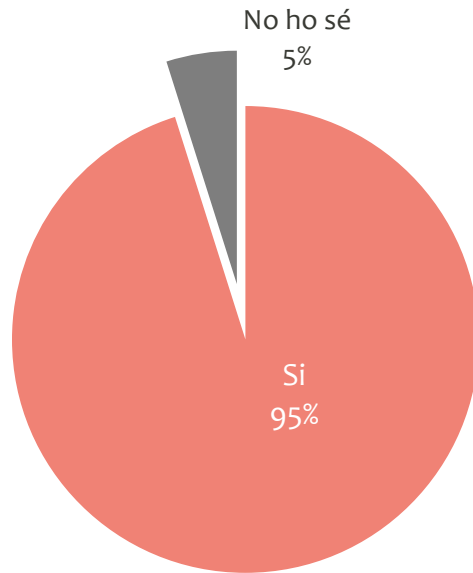
Mitjana



Valoració general i intenció de retorn

Teniu intenció de tornar a la propera edició de la Fira de Novembre?

Base: 410



El 95% dels assistents manifesta intenció de tornar en la propera edició de la Fira de Novembre.

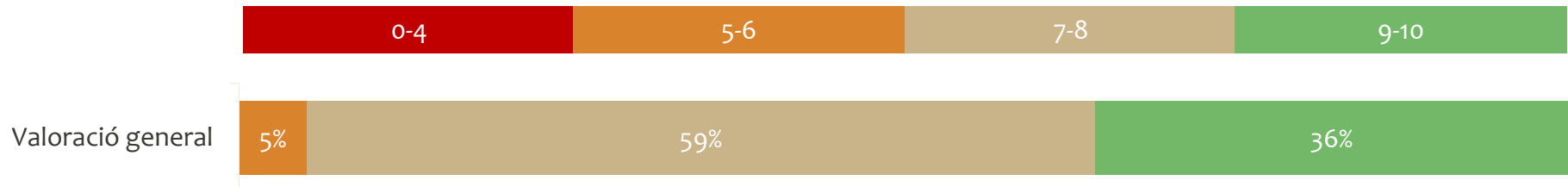
Pel que fa la valoració general, la Fira de Novembre obté una puntuació de 8,17 sobre 10.

Els visitants valoren la Fira de Novembre amb un **8,17**



Quina valoració global feu de la Fira de Novembre?

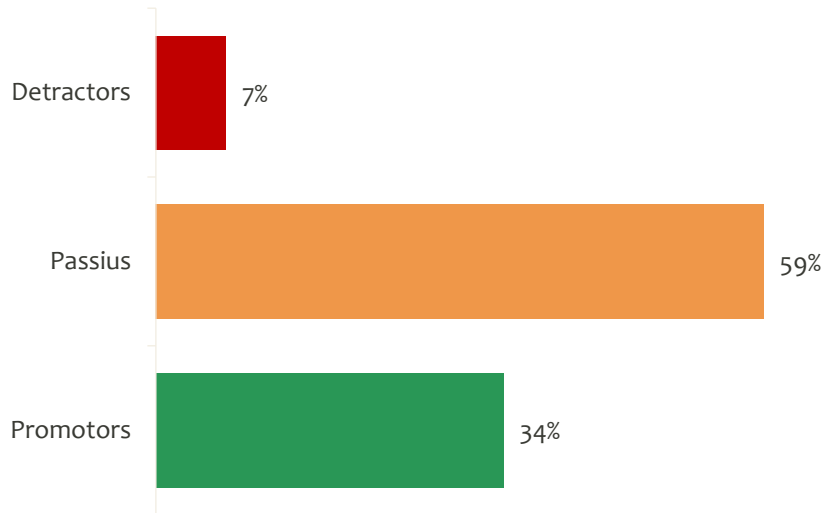
Base: 410



NPS: índex de recomanació

Amb quina probabilitat recomanaríeu la Fira de Novembre a un amic o familiar?

Base: 410



L'NPS de la Fira de Novembre és de **27**

Un 34% dels visitants de la Fira són persones promotores; recomanarien l'esdeveniment amb un 9 o un 10.

Les persones passives, aquelles qui farien una recomanació de 7 o 8, són un 59% i les detractores (recomanació per sota de 6) són el 7% restant.

El **Net Promoter Score (NPS)** és una mètrica que permet mesurar el nivell de satisfacció d'un esdeveniment a través de la pregunta: "Recomanaria X a algun amic o familiar?"

Valoració d'escala: zero (0) és no la recomanaria en absolut i (10) és la recomanaria amb total seguretat. Per a obtenir el resultat, es resten els detractors dels promotors i s'aconsegueix l'índex que mesura la qualitat.

Segons els resultats obtinguts, els enquestats es classifiquen de la següent manera, d'acord amb les puntuacions que han donat en l'escala de 0 a 10:



Net Promoter Score = % de Promotors - % de Detractors



NPS >= 50
Excel·lent



NPS 0 - 49,9
Bo



NPS < 0
Baix

Detall de comentaris i observacions dels visitants de la Fira de Novembre:

ASPECTES DE MILLORA	
Neteja general del centre de Vilanova	47%
Habilitar i senyalitzar bosses d'aparcament	28%
Gratuitat de la zona blava durant la Fira	22%
Millorar l'oferta d'activitats	14%
Tallar el trànsit dels carrers perpendiculars a la Rambla	13%
Que hi hagi més presència del comerç local	11%
Més papereres i punts de reciclatge	9%
Més informació sobre ubicació dels estands	7%
Més informació/comunicació a xarxes socials	7%
Més lavabos públics repartits per la Fira	6%
Millorar l'enllumenat a la zona de mar	6%
Estands de menjar més repartits per la Fira	6%
Que es facin més promocions comercials	5%
Concerts i actuacions musicals a la nit	4%
L'enllumenat de la zona d'activitats familiars ha fallat	3%

Base: 309

ASPECTES POSITIUS	
Fira més ben organitzada / ben distribuïda	37%
La zona de gastronomia i alimentació agrada	30%
Bona selecció i distribució dels espais firals	22%
Bon programa d'activitats	16%
Amplitud dels estands expositors	12%
No dóna sensació d'aglomeració/massificació	11%
L'espai d'automoció agrada	4%
El mercat de subhasta del peix agrada	4%

Base: 116

La neteja i l'aparcament són els principals aspectes de millora de la Fira de Novembre.

Es destaca la bona organització i distribució de l'espai firal, així com els espais de gastronomia i alimentació.

El càlcul

L'impacte econòmic de la Fira



Consideracions inicials

En aquest epígraf de l'estudi s'analitza l'impacte econòmic de la Fira de Novembre, celebrada a Vilanova i la Geltrú els dies 11, 12 i 13 de novembre de 2022. S'estima el conjunt d'activitat econòmica (principalment pel que fa a producció i ocupació) generada directament o indirecta pel propi esdeveniment.

El treball de camp dut a terme en aquest estudi ha considerat, d'una banda, la despesa efectuada per les persones que han participat en l'esdeveniment i, d'altra banda, les dades econòmiques que des de la mateixa organització es faciliten i que fan referència a despeses i ingressos relacionats amb l'esdeveniment.

Aquestes dades són necessàries per a poder determinar l'impacte econòmic ja que permeten obtenir els dos primers grups d'efectes econòmics: els directes i els complementaris o vinculats. El tercer grup d'efectes a considerar són els que s'obtenen a partir de les taules input-output de l'IDESCAT i que permeten assignar impactes de PIB i creació d'ocupació al territori, a partir de la correlació d'uns efectes multiplicadors generals aplicats a aquesta activitat econòmica.

Els estudis d'impacte econòmic

Els estudis d'impacte econòmic són un procés inexacte i els resultats que s'obtenen han de ser considerats com "la millor de les estimacions" i no com a mesures úniques, acurades i precises.

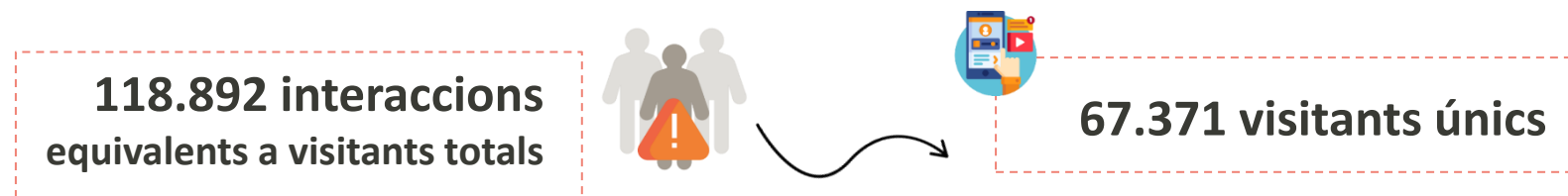
La majoria d'estudis d'impacte econòmic tenen limitacions associades a la naturalesa retroactiva del anàlisi; treballant amb poques dades i realitzant extrapolacions que requereixen d'importants assumpcions.

És així, com es recomana la realització d'enquestes in situ o a posteriori, per a poder oferir dades més precises sobre les pautes de consum en l'àmbit d'estudi durant els dies que té lloc determinat esdeveniment, ja que aquestes enquestes al públic/consumidor permeten una millor segmentació del perfil sociològic i una millor determinació de les seves pautes de consum.

Els estudis d'impacte econòmic

Per tal de poder determinar amb exactitud l'impacte econòmic d'un esdeveniment cal disposar de les dades d'afluència, del nombre de visites que ha tingut l'esdeveniment.

En aquest cas, s'ha dut a terme un procés de comptatge en un punt neuràlgic de la Fira: la confluència de la Rambla principal i la Rambla de la Pau, amb comptatge de pas en hores punta i hores vall durant els tres dies de la Fira. Amb aquesta actuació s'obté una xifra de trànsit de persones, de pas, d'interaccions (118.892) que pot respondre a múltiples vegades de pas per visitant. Per tant, a partir d'aquí, s'han tingut en compte les reiteracions de visites a l'espai firal copsades via enquesta. Aquesta xifra, que no és exacta, permet obtenir una xifra de visitants únics, a partir de la qual és possible determinar l'impacte econòmic de la Fira de Novembre.



L'àrea d'influència

El radi d'influència que es determina per aquest estudi és el comprès per la ciutat de Vilanova i la Geltrú. Així mateix, els visitants procedents de la comarca del Garraf també tenen una consideració especial en l'estudi.

La resta de visitants, en canvi, es consideren "resta", tot i que a l'hora d'imputar-los la despesa efectuada es tenen en compte una sèrie de paràmetres que s'apliquen de manera independent a cada grup de procedència.

L'àrea d'influència cal tenir-la en compte per tal de determinar alguns aspectes de l'estudi d'impacte econòmic, ja que les dades sobre pautes i comportaments de la despesa generada pel públic procedent de l'àrea d'influència són tractades de manera diferencial en l'estudi.

Els efectes directes

L'impacte directe (o efecte directe) es calcula a partir del recompte de despeses de l'esdeveniment. Segons les dades facilitades per l'organització, les despeses de la Fira de Novembre són de:

309.708,24 € Despeses

Els efectes complementaris o vinculats

S'entén per impacte (o efecte) vinculat, la despesa que fan els visitants expressament atrets per l'activitat i que són de dins i de fora de la seva àrea d'influència. Són les despeses que realitzen els participants en l'esdeveniment dins l'àrea geogràfica de referència i durant un període determinat de temps (durada de l'esdeveniment). Es tracta de determinar els patrons de comportament de les persones que visiten l'esdeveniment, quin perfil i hàbits tenen i quina és, en última instància, la despesa generada que no és imputable directament al consum cultural. Així doncs, es tracta de despeses de transport, allotjament, alimentació, compres al comerç local...

Els efectes induïts

Aquest tercer grup d'efectes econòmics s'han d'entendre com les repercussions econòmiques que els efectes directes i complementaris generen en el sistema econòmic, ja sigui en termes de producció, renda o ocupació. Com ja s'ha dit, aquest efecte correspon als efectes multiplicadors sobre l'economia agregada de les activitats directes i complementaries al consum cultural.

Els efectes complementaris o vinculats

A. Impacte econòmic generat pels visitants

La informació relativa a aquest apartat ha estat extreta de les enquestes que s'han realitzat a les persones que han visitat la Fira de Novembre. A partir de les dades del treball de camp és possible determinar quina ha estat la despesa generada per aquestes persones i procedir a calcular l'impacte econòmic generat en el territori.

PROCEDÈNCIA	Mostra total enquesta	Despesa mitjana	Públic total	Despesa total
Àrea d'influència (Vilanova)	273	34,9€	44.859	1.565.579€
Comarca del Garraf	55	77,7€	9.038	702.253€
Resta	82	89,0€	13.474	1.199.186€
TOTAL	410	51,5€	67.371	3.467.018€

3.467.019€ Despesa visitants

B. Impacte econòmic generat per ingressos

La informació relativa a aquest apartat ha estat extreta a partir de les dades aportades per l'organització, des d'on es quantifiquen els ingressos de l'esdeveniment en:

139.674,43 € Ingressos

Els efectes induïts

L'efecte induït quantifica la repercussió de l'esdeveniment en l'economia local que no és atribuïble directament a l'esdeveniment. Les despeses de l'esdeveniment (directes) i les dels consumidors o participants (complementàries o vinculades) provoquen un estímul global en l'economia (efecte induït) de l'àrea de referència, que «multiplica» el valor de les despeses directes i vinculades. La suma d'aquests tres valors és el que s'anomena impacte econòmic.

Idealment, el càlcul dels multiplicadors és una tasca complexa i costosa -fora de l'abast d'aquest estudi-, per aquesta raó s'utilitzen valors de multiplicadors acceptats com a vàlids en altres sectors de l'economia catalana com és el comerç, el turisme i la cultura, i contrastats amb altres estudis d'impacte. Aquest impacte sobre l'economia s'ha obtingut a partir de la despesa efectiva realitzada pels assistents i per l'organització, a la qual cal afegir-hi la informació facilitada per les taules input-output de l'IDESCAT i els comptes satèl·lit de la Generalitat de Catalunya.



Resum dels efectes econòmics



Impacte econòmic total

L'impacte total sobre la producció és el resultat de la suma dels tres tipus d'impactes ja definits i calculats en l'apartat anterior. Aquesta xifra resultant representa el diner que mou l'esdeveniment, en termes generals.

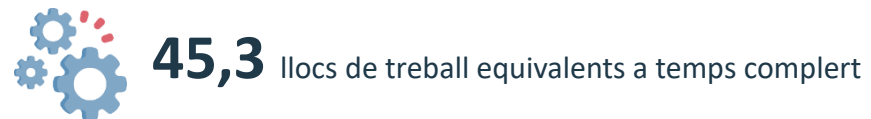


Cal entendre aquesta xifra com a diner que mou l'esdeveniment – associat a la celebració de la Fira de Novembre – no com una quantitat monetària estrica, concreta, que queda exclusivament en l'economia local, sinó que és diner que entra en circulació amb motiu del conjunt d'activitat generada arran de la celebració d'aquest esdeveniment.

A partir de la xifra d'impacte econòmic total es calcula per cada euro de despesa quin és el **retorn generat**, que en aquest cas és de 18,58 € per euro invertit.



Del càlcul de l'impacte total també se'n deriva que es genera una ocupació. Aquesta, es calcula en base al multiplicador estàndard de la despesa en esdeveniments comercials, d'oci i entreteniment.



Consideracions finals

Les conclusions de l'estudi



Consideracions finals Fira de Novembre

- ✓ La Fira de Novembre, celebrada els dies 11, 12 i 13 de novembre de 2022 a Vilanova i la Geltrú, és un esdeveniment que genera un impacte econòmic de més de 5,7 milions d'euros. L'esdeveniment obté un retorn econòmic de 18,58€ per euro invertit i és capaç de crear 45,3 llocs de treball equivalents a temps complert.
- ✓ La despesa mitjana efectuada per les 67.37 persones que han visitat la Fira és de 51,5€, amb repercussió econòmica no només en la pròpia Fira, sinó també en d'altres sectors econòmic de la ciutat destacant, sobretot, la restauració. La despesa segons el perfil de visitants presenta característiques particulars: les persones de fora de la comarca tenen una despesa mitjana de 89€, mentre que els visitants comarcals la tenen de 78€ i els locals, de 35€.
- ✓ Pel que fa a dades de caire més sociodemogràfic, l'esdeveniment compta amb més participació de dones (58%) que d'homes (42%). Quant a edat, es destaca un 30% de visitants en la franja de 35 a 44 anys. Així mateix, les dones presenten una mitjana lleugerament més jove que els homes (40,9 anys, elles i 43,2 anys, ells).
- ✓ La Fira de Novembre té un caràcter marcadament local, amb un 67% dels visitants que són de la mateixa ciutat de Vilanova i la Geltrú. També es destaca un 13% de visitants de la resta de la comarca del Garraf, un 8% de públic de l'Alt Penedès i un 5% de la resta de la província de Barcelona.
- ✓ El públic novell, aquell qui visita per primera vegada l'esdeveniment, és del 17%. Es confirma, doncs, que la Fira de Novembre compta amb un elevat percentatge de públic fidelitzat. Un 83% dels visitants ja hi ha participat en edicions anteriors.
- ✓ Pel que fa el tipus de visita, majoritàriament es fa amb família (44%), tot i que la visita amb parella és del 34% i la de caire més social, amb grup d'amistats, del 24%. Un 4% fa una visita en solitari.
- ✓ El boca-orella (recomanació) i els cartells són els canals de comunicació amb més impacte entre els visitants de la Fira. També és important el record que tenen alguns visitants de les edicions anteriors.
- ✓ El motiu principal de visita és l'oci, passejar (92%). No obstant això, hi ha un 20% dels visitants que manifesta intenció expressa de comprar.

Consideracions finals Fira de Novembre

- ✓ Si bé tots els espais firals presenten percentatges de visita superiors al 85%, destaca l'espai d'alimentació, amb un 97% de visitants que diuen haver-hi passat.
- ✓ Quant a la valoració dels diferents espais firals, en sobresurten dos: els espais enogastronòmics i el d'alimentació. Més d'un terç dels visitants de la Fira considera que aquests espais són els que més els han agradat.
- ✓ En relació amb els serveis firals, es destaca la bona valoració que obtenen la qualitat de l'oferta firal i l'atenció sanitària, ambdós ítems amb un 9,45 de mitjana. També obtenen puntuacions superiors a 9: les activitats, la varietat d'oferta, la seguretat i l'enllumenat. En l'altre extrem, amb la puntuació més baixa hi ha l'aparcament, que obté un 6,57. La neteja, amb un 7,90 i la senyalització firal, amb un 7,98 són els altres dos serveis menys ben valorats.
- ✓ Un 75% dels visitants de la Fira fa àpat a Vilanova durant el cap de setmana, principalment entre l'oferta gastronòmica de la ciutat, però també entre les opcions de la Fira. Pel que fa a pernoctació amb motiu de la participació a la Fira, un 6% dels visitants - no residents a la ciutat - dorm a Vilanova, destacant l'opció de segona residència.
- ✓ La intenció de retorn és elevada: un 95% dels visitants manifesten intenció de tornar en la propera edició. I la valoració general de la Fira és de 8,17.
- ✓ L'NPS (índex de recomanació) obté una puntuació de 27, que es considera correcte, però baix. El públic promotor – el que recomanaria l'esdeveniment amb un 9 o un 10 - és del 34%, mentre que el detractor (recomanaria amb un 6 o menys) és del 7%. El 59% restant – la majoria - es considera públic passiu i faria una recomanació de l'esdeveniment amb un 7 o un 8.
- ✓ Pel que fa els principals aspectes de millora de la Fira de Novembre, es destaca la neteja i l'aparcament. Així mateix, es copsa la bona organització i distribució de l'espai firal.

Fira de novembre 2022



The Whatsons.
Opinió pública

Rambla La Girada 93, Local 1
Vilafranca del Penedès

www.thewhatsons.com
info@thewhatsons.com

Aquest estudi d'impacte econòmic ha estat possible gràcies a la informació econòmica facilitada per la mateixa organització de l'esdeveniment i arran de les 410 enquestes obtingudes entre els visitants de la Fira, que també han permès copsar aspectes sociodemogràfics, econòmics i de satisfacció.

* Es recomana tenir en compte les observacions i aspectes de millora aportats pels visitants, per tal de seguir treballant en la línia de la millora contínua i la referència.

La informació que conté aquest document és de caràcter estrictament confidencial i pertany a l'Ajuntament de Vilanova i la Geltrú.

N'és prohibida la reproducció total o parcial per qualsevol procediment, sense prèvia autorització.

Redacció de l'estudi: novembre de 2022