



Informe d'avaluació i impacte de la Festa al Cel

Servei d'Estudis i Planificació
Octubre de 2015

1. INTRODUCCIÓ

En el present informe es recull el conjunt d'informació procedent d'enquestes i dades obtingudes a partir del dispositiu d'avaluació i impacte de la Festa al Cel celebrada a Mataró durant el cap de setmana del dia 19 i 20 de setembre de 2015.

Els objectius prèviament plantejats en han estat els següents:

- Estimació del nombre d'assistents.
- Descripció de les característiques i tipologia dels assistents
- Valoració qualitativa.
- Avaluació de l'impacte econòmic.

Per a l'acompliment d'aquests objectius s'ha comptat amb un seguit recursos entre els que podrien destacar-se els següents:

- Enquesta a assistents
- Enquesta a comerços i restaurants
- Enquesta a Guinguetes
- Enquesta a comerços amb estand al Village
- Enquesta a estands i barres situats al llarg del passeig marítim
- Dades comparatives d'ocupació d'hotels i pàrquings
- Sensors per al comptatge als accessos de vianants al passeig marítim.
- Clipping de mitjans de comunicació (avaluació de l'impacte en els mitjans).

A continuació es presenta la informació amb les principals conclusions relatives als objectius inicialment plantejats ordenada en els següents apartats:

- Resultats de l'enquesta als assistents
- Impacte i valoració comercial
- Dades d'ocupació (hotels i aparcament de rotació)
- Repercussió en mitjans de comunicació
- Relació de despeses i ingressos associats a la Festa al Cel
- Quadre resum de dades

2. RESULTATS DE L'ENQUESTA ALS ASSISTENTS A LA FESTA AL CEL

2.1. MOSTRA

Amb l'objectiu de fer una avaluació de l'acte així com obtenir informació útil per a una aproximació a l'impacte econòmic de la Festa al Cel a Mataró, es va dur a terme una enquesta entre els assistents.

Les enquestes es van realitzar el diumenge 20 de setembre. El nombre inicial d'enquestes que es volien aconseguir era de 400, però finalment van aconseguir fer-ne 422. Per realitzar les enquestes es disposava d'un total de 15 voluntaris i també d'una empresa especialitzada en estudis de mercat (MDK); els voluntaris van realitzar 207 enquestes, i l'empresa MDK en va fer 215. De les 422 enquestes, 258 es van fer durant el matí-migdia, mentre que les 164 restants es van realitzar per la tarda.

La població de referència per enquesta eren els assistents a l'exhibició aèria de més de 15 anys, i el tipus de mostreig utilitzat va ser un mostreig aleatori simple. Amb una situació de màxima indeterminació ($p=q=0,5$) i un nivell de confiança del 95,5%, l'error mostral és del 4,9%.

2.2. CARACTERÍSTIQUES DELS ENQUESTATS ASSISTENTS

Per gènere, les persones enquestades que van assistir a la Festa al Cel es distribueixen en un 53,5% d'homes i un 46,5% de dones. És exactament la mateixa distribució per sexe que hi va haver en l'enquesta de 2014.

Sexe	2014	2015	Dif. 2014-2015
Home	46,5%	46,5%	0,0 p.p
Dona	53,5%	53,5%	0,0 p.p

Per edats, el grup majoritari d'assistents enquestats a la Festa tenia entre 35 i 44 anys, amb una quota del 33,4%. El segon grup d'edat amb més representació són els que tenen entre 45 i 54 anys, amb una representació del 21,1%. Fent la comparació respecte el 2014, en la Festa al Cel de 2015 han augmentat els quatre trams d'edat a partir del 35 anys. De fet, la mitjana d'edat dels assistents enquestats a la Festa era 43,6 anys, tres anys més que la mitjana dels assistents al 2014. En analitzar l'edat mitjana per separat d'homes i dones que van assistir a la Festa, la dels homes s'ha situat en 44 anys, i la de les dones de 43,3 anys.

Grup d'edat	2014	2015	Dif. 2014-2015
De 16 a 24 anys	18,3%	8,1%	-10,2 p.p.
De 25 a 34 anys	16,8%	16,1%	-0,7 p.p.
De 35 a 44 anys	24,8%	33,4%	8,6 p.p.
De 45 a 54 anys	20,6%	21,1%	0,5 p.p.
De 55 a 64 anys	11,8%	13,3%	1,5 p.p.
Més de 64 anys	7,6%	8,1%	0,5 p.p.

Pel que fa a la procedència, els mataronins són els assistents majoritaris, representen el 63,3% dels enquestats. Els residents a la resta del Maresme representen el 12,6% dels assistents; dit d'altra manera 3 de cada 4 assistents a la Festa al Cel del 2015 eren de la comarca del Maresme. Els residents al Barcelonès són la segona comarca que aporta més visitants a la Festa al Cel, amb una quota del 6,6%. També es destacable el pes que han assolit els assistents de fora la província de Barcelona, amb 8,1% de quota. Comparant amb el 2014, en la festa del 2015 han guanyat pes els assistents amb residència als dos vallesos, però en especial els del Vallès Oriental (3 punts percentuals més), i els residents de fora de la província de Barcelona (+6,6 punts percentuals), els quals procedien majoritàriament de la província de Girona.

Residència	2014	2015	Dif. 2014-2015
Mataró	68,3%	63,3%	-5,0 p.p.
Resta de municipis del Maresme	14,9%	12,6%	-2,3 p.p.
Baix Llobregat	2,7%	0,9%	-1,8 p.p.
Barcelonès	8,8%	6,6%	-2,2 p.p.
Vallès Occidental	1,1%	2,8%	1,7 p.p.
Vallès Oriental	2,7%	5,7%	3,0 p.p.
Fora de la província de Barcelona	1,5%	8,1%	6,6 p.p.

L'enquesta feta als assistents l'any passat rebel·lava el perfil familiar de la Festa. Els resultats de l'enquesta d'aquest any accentuen el caràcter familiar de la Festa, ja que el 55% dels assistents va venir amb la família (+14,9 punts percentuals), i el 19,4% va venir amb la seva parella (-10 punts percentuals). Un 21,3% van venir amb amics, el que representa una pèrdua de 2,7 punts percentuals respecte la Festa al Cel de 2014.

Amb qui ha vingut a la Festa?	2014	2015	Dif. 2014-2015
Amb família	40,1%	55,0%	14,9 p.p.
Amb parella	29,4%	19,4%	-10,0 p.p.
Amb amics	24,0%	21,3%	-2,7 p.p.
Sól	5,0%	3,1%	-1,9 p.p.
Amb grup organitzat	1,5%	0,9%	-0,6 p.p.
Altres	0,0%	0,2%	0,2 p.p.

Pel que fa al mitjà de transport utilitzat per arribar a al Festa, hi destaca clarament per sobre de la resta el fet de venir caminant, amb gairebé un 66% dels enquestats (+4,4 punts percentuals respecte la Festa de 2014). Aquest percentatge tant important és

degut al fet que la majoria dels assistents a la Festa eren de Mataró. De fet si analitzem únicament als residents a Mataró que van assistir a la Festa, el 91,4% van venir caminant, xifra que representa un augment de cinc punts percentuals respecte l'any passat.

El segon mitjà de transport més utilitzat va ser el cotxe o la motocicleta, amb una quota del 35,5% sobre el total d'enquestats; detallant per residència, exceptuant als mataronins, majoritàriament el mitjà de transport utilitzat ha estat el cotxe o la motocicleta, com és el cas del 77,4% dels procedents de la resta de la comarca del Maresme, o el 91,7% dels procedents del Vallès Oriental, o el 64,3% dels procedents del Barcelonès.

El tren va ser utilitzat per un 7,3% dels enquestats, 7,6 punts percentuals menys que en el 2014. Els residents al Barcelonès, al Baix Llobregat i al Vallès occidental han estat els que han fet un major ús d'aquest mitjà de transport per arribar a la Festa al Cel.

Mitjà de transport*	2014	2015	Dif. 2014-2015
Caminant	61,5%	65,9%	4,4 p.p
En cotxe o motocicleta	21,0%	35,5%	14,5 p.p
En tren	14,9%	7,3%	-7,6 p.p.
En autobús	3,1%	3,8%	0,7 p.p
Altres	0,8%	1,1%	0,3 p.p

* Pregunta amb resposta múltiple

Pel que fa al temps que han hagut de caminar els assistents a la Festa al Cel per arribar-hi, la majoria hi ha esmerçat menys de 20 minuts (el 77,2%). Dels tres mitjans de transport principals, el 76,6% dels que van venir caminant van trigar menys de 20 minuts; el 72% dels que van venir en cotxe o motocicleta va trigar menys de 20 minuts per arribar-hi caminant; i dels que van venir en tren el 90% van trigar menys de 20 minuts caminant.

Si s'acota el temps per arribar a la Festa caminant als 10 minuts, aquest és el temps màxim que hi van dedicar el 74,2% dels que van arribar en tren. El percentatge es redueix fins al 48,9% per als que van arribar caminant, i fins al 39,2% per als que es van desplaçar en cotxe.

Temps que ha hagut de caminar per arribar a la Festa	2014	2015	Dif. 2014-2015
< 5 minuts	18,3%	22,7%	4,4 p.p
>= 5 i < 10 minuts	26,8%	26,8%	-0,0 p.p.
>= 10 i < 20 minuts	30,0%	27,7%	-2,3 p.p.
>= 20 i < 30 minuts	14,8%	13,0%	-1,8 p.p.
>= 30 minuts	10,1%	9,7%	-0,4 p.p.

Respecte a quines activitats de la Festa al Cel havien assistit o pensaven assistir, un 92,9% van esmentar l'exhibició aèria de diumenge, 7 punts percentuals menys que l'any passat. Val a dir, que l'any 2014, les enquestes es van realitzar únicament el diumenge al matí, per aquest motiu el 100% dels enquestats van respondre que assistirien a l'exhibició aèria (per motius climatològics, l'any 2014, no es van poder realitzar enquestes diumenge a la tarda).

La segona activitat amb major nombre de respostes afirmatives en quant a l'assistència és el Concert de Macedònia, amb 39,3% dels enquestats. Cal tenir en compte, però, que una part important de les enquestes es varen realitzar per la tarda, justament als assistents a aquest concert, amb el propòsit de copsar la impressió global de totes les activitats del diumenge per part dels assistents¹.

El 23,5% dels enquestats afirmen que van seguir les xarangues del dissabte (+17 punts percentuals respecte el 2014), i un 21,3% van passar pel Village del Comerç (aquest ítem no es va preguntar l'any 2014).

L'espectacle aeri de dissabte al capvespre i el concurs d'avions de paper van tenir també millor acollida que l'any passat, amb un 13,7% i un 11,6% d'enquestats, respectivament, que afirmaven haver assistit o participat. Són 0,3 i 5,9 punts més que a la Festa de 2014.

Activitats a les que pensa assistir o ha assistit*	2014	2015	Dif. 2014-2015
Exhibició aèria	100,0%	92,9%	-7,1 p.p.
Concert Macedònia (<i>Super3 al 2014</i>)	14,9%	39,3%	24,4 p.p
Xarangues	6,5%	23,5%	17,0 p.p
Village del Comerç		21,3%	21,3 p.p
Concurs avions de paper	5,7%	11,6%	5,9 p.p
Espectacle aeri dissabte capvespre	13,4%	13,7%	0,3 p.p
Activitats drones		8,3%	8,3 p.p

* Pregunta amb resposta múltiple

Més d'un 60% dels enquestats van assistir a la Festa al Cel de l'any anterior a Mataró, percentatge que gairebé duplica els que deien l'any passat que havien assistit a alguna edició anterior de la Festa al Cel quan es realitzava a Barcelona. Separant als assistents en funció si eren residents o no a Mataró, el 34,2% dels que no eren de Mataró va afirmar que l'any passat va assistir a la Festa al Cel. En el cas dels enquestats residents a Mataró, el 77,1% havia assistit a la Festa al Cel, que havien tingut lloc a l'any 2014.

¹ Així mateix, la resposta del 2014 sobre l'assistència a l'espectacle del club Super 3 correspon a una previsió, ja que l'enquesta es va realitzar pel matí i el concert de la tarda es va suspendre per la pluja.

Assistència a l'edició de l'any anterior	2014	2015	Dif. 2014-2015
Sí	32,4%	61,4%	29,0 p.p
No	67,2%	37,7%	-29,5 p.p.
No ho sé / No contesta	0,4%	0,9%	0,5 p.p

Un 78,7% dels enquestats van dir que dinarien a Mataró, 6,4 punts percentuals menys que fa un any. D'aquest grup, el 42,7% deia que aniria a dinar a algun bar, o restaurant o guingueta de Mataró. Dit d'altra manera, un 57,3% deia que no faria la despesa d'anar a dinar a algun bar o restaurant de Mataró. El percentatge del que deien que no es quedarien a dinar a Mataró passa d'un 8,8% al 2014 a un 17,5% al 2015. I pel que fa als indecisos, únicament un 3,8% van dir que no sabien el que farien.

Ha dinat o pensar dinar a Mataró? On?	2014	2015	Dif. 2014-2015
Sí	85,1%	78,7%	-6,4 p.p.
<i>A casa meva</i>	42,2%	33,4%	-8,8 p.p.
<i>Bar o restaurant del Port</i>	17,0%	13,4%	-3,6 p.p.
<i>Guingueta o estand de la platja o del passeig marítim</i>	16,6%	18,8%	2,2 p.p
<i>Porto el dinar de casa</i>	9,9%	18,2%	8,3 p.p
<i>Altres bars o restaurants de Mataró</i>	5,4%	10,4%	5,0 p.p
<i>A casa d'un amic o familiar</i>	5,4%	3,9%	-1,5 p.p.
<i>Altres</i>	3,5%	1,8%	-1,7 p.p.
No	8,8%	17,5%	8,7 p.p
No ho sé / No contesta	6,1%	3,8%	-2,3 p.p.

Una de les preguntes més importants de l'enquesta fa referència a la intenció de despesa dels assistents a la Festa al Cel. El 25% dels assistents no tenien la intenció de gastar-se res en els bars, restaurants o guinguetes de Mataró, aquest percentatge és vint punts percentuals inferior a la xifra de l'any passat. La intenció de despesa mitjana en bars, restaurants o guinguetes sobre el conjunt d'enquestats és de 12,1 €, mentre que la despesa mitjana sobre el 75% dels enquestes diuen que faran despesa en aquest concepte se situaria en 16,1 €.

En el cas dels comerços o en el Village, el 90,1% dels enquestats no tenien intenció de fer cap mena de despesa, donant com a resultat una mitjana de despesa únicament d'1,5 €. Val a dir, però, que la mitjana de despesa dels enquestats que diuen que faran despesa en comerços o en el Village és de 15,6 €.

A banda de la intenció de despesa en bars/restaurants i comerços també es va preguntar per la despesa en allotjament i en altres aspectes, però els valors que van donar els enquestats en aquests dos ítem van ser insignificants per a l'anàlisi (la mitjana per enquestat no va arribar als 0,9 €).

Tot plegat dona com a resultat que la mitjana d'intenció de despesa total dels enquestats és de 14,5 €, el que implica que ha augmentat en 4,6 € respecte la Festa del 2014.

Resulta interessant separar la intenció de despesa en funció de si l'enquestat era resident o no a Mataró. Així s'observen diferències de mitjana estadísticament significatives en l'ítem corresponent a bars/restaurants. En aquest cas els residents a Mataró tenen una intenció de fer despesa per valor de 10,2 €, mentre que en els no residents a Mataró la intenció de despesa puja fins als 15,3€. En canvi en l'ítem corresponent a comerços/Village, les diferències de despesa mitjana dels residents a Mataró (1,2 € per enquestat) dels no residents a Mataró (2,1 € per enquestat) no són estadísticament diferents de forma significativa.

Intenció de despesa mitjana el diumenge	2014	2015	Dif. 2014-2015
El total d'enquestats			
En bars / restaurants / guinguetes	8,2 €	12,1 €	3,9 €
En comerços locals o village	1,5 €	1,5 €	0,0 €
Altres	0,2 €	0,9 €	0,7 €
Total	9,9 €	14,5 €	4,6 €
Els residents a Mataró			
En bars / restaurants / guinguetes	7,1 €	10,2 €	3,1 €
En comerços locals o village	1,6 €	1,2 €	-0,4 €
Altres	0,2 €	0,4 €	0,2 €
Total	8,9 €	11,8 €	2,9 €
Els residents de fora de Mataró			
En bars / restaurants / guinguetes	11,0 €	15,3 €	4,3 €
En comerços locals o village	1,2 €	2,1 €	0,9 €
Altres	0,1 €	1,8 €	1,7 €
Total	12,3 €	19,2 €	6,9 €

A l'hora de valorar els diferents aspectes de la Festa al Cel, els resultats han oscil·lat entre 7,5 i 8,5. Així el més ben valorat han estat els espectacles de la Festa, amb una puntuació mitjana de 8,5, li segueix de ben a prop la valoració de la Festa en el seu conjunt amb 8,3 punts, l'organització amb 8,2 punts, els accessos 7,9 punts; la valoració més baixa recau en l'oferta gastronòmica, amb 7,5. Exceptuant l'ítem corresponent als accessos, que ha repetit la mateixa puntuació que l'any passat, la resta d'ítems han augmentat la seva valoració en especial l'ítem que fa referència als espectacles, fet que no sorprèn ja que a la Festa del 2014 les condicions climàtiques van impedir dur a terme tots els espectacles previstos.

Valoració diferents aspectes de la Festa	2014	2015	Dif. 2014-2015
Organització	7,8	8,2	0,4
Accés	7,9	7,9	0,0
Espectacles	7,3	8,5	1,2
Festa en el seu conjunt	8,0	8,3	0,3
Oferta gastronòmica		7,5	---

L'augment en valoracions que s'han rebut a la Festa del 2015, també s'observa en el fet que el 50,9% dels enquestats opinen que la Festa del 2015 ha estat millor que la del 2014. Únicament un 0,7% creuen que l'edició del 2015 ha estat pitjor que la del 2014.

Respecte l'any anterior aquest any la Festa ha estat...	2014	2015
Millor	---	50,9%
Igual	---	10,2%
Pitjor	---	0,7%
No ho sap / No contesta	---	38,1%

El 92,7% dels enquestats han contestat que creuen que tornaran a assistir a un propera edició de la Festa al Cel, 3 punts més que a l'edició del 2014. També augmenta el percentatge dels que creuen que no tornaran a la Festa al Cel, amb un pes del 3,3%. Els que no saben que faran o no contesten es redueixen en gairebé 6 punts percentuals, i representen el 4% dels enquestats.

Creu que tornarà a la propera Festa al Cel?	2014	2015	Dif. 2014-2015
Sí	89,7%	92,7%	3,0 p.p
No	0,4%	3,3%	2,9 p.p
No ho sap / No contesta	9,9%	4,0%	-5,9 p.p.

Pel que fa als aspectes que canviarien o millorarien en properes edicions, els enquestats anomenen per sobre de tot la manca d'ombres per tal de protegir-se del sol; la segona queixa més habitual fa referència a l'espectacle aeri, més concretament a l'elevat temps d'espera entre avió i avió. En un tercer nivell, els enquestats millorarien la megafonia (punt que ja es va fer esment l'any anterior) i els accessos a la Festa. En un quart nivell els enquestes opinen que cal millorar l'aparcament i que cal posar més llocs per seure.



Respecte el que més li ha agradat de la Festa al Cel és majoritària la resposta que fa referència a l'exhibició aèria i als avions. En un segon nivell apareix l'ambient de la festa i els avions de l'exèrcit com les coses que més els hi havia agradat.



exhibició aèria

2.3. ESTIMACIÓ DEL NOMBRE TOTAL D'ASSISTENTS

En la Festa al Cel del 2015 s'han utilitzat comptadors tèrmics, situats en els diferents accessos del passeig marítim per tal de comptabilitzar els assistents a la Festa al Cel. En total el diumenge s'hi van comptabilitzar 83.000 persones, xifra que suposa gairebé un 25% més que les que es van estimar a la Festa de 2014, que van ser aproximadament 66.500.

Per altra banda, el nombre d'assistents en els esdeveniments i exhibició del dissabte es calcula al voltant de 40.000 persones.

Cal recordar que l'any passat per estimar els assistents es va utilitzar un mètode estadístic indirecte anomenat captura-recaptura, metodologia molt emprada en l'estimació de poblacions mòbils.

3. IMPACTE I VALORACIÓ COMERCIAL

3.1. VALORACIÓ DE L'IMPACTE ECONÒMIC

D'acord amb els resultats de l'enquesta, l'estimació teòrica de la despesa vinculada al nombre d'assistents a l'esdeveniment del diumenge seria el següent.

83.000 assistents estimats x 14,5 € despesa mitjana = **1.202.670 €**

Si considerem estrictament els assistents de fora de Mataró, l'impacte econòmic² seria el següent:

30.486 assistents de fora x 19,2 € despesa mitjana = **583.805 €**

² D'acord amb el que s'estableix en el "Protocol d'avaluació de l'impacte econòmic d'esdeveniments i institucions culturals" l'impacte econòmic indirecte o induït s'obté de multiplicar l'efecte directe i l'efecte vinculat pel multiplicador de l'efecte indirecte, que d'acord el que estableix aquest protocol és de 0,43. Donat que l'efecte directe de la Festa al Cel és nul, i l'efecte vinculat és de 583.805 €, l'efecte indirecte és de 251.036 €.

Per als assistents del dissabte, atribuïnt una despesa similar per persona a la que resulta de l'enquesta del diumenge seria:

40.000 assistents estimats x 14,5 € despesa mitjana = 580.000 €³ que sumada a l'estimada del diumenge faria una despesa global de 1.782.670 €.

3.2. ENQUESTA COMERCIAL. VALORACIÓ

Els resultats que es presenten en aquest apartat cal considerar-los com a merament orientatius, atès que el nombre de respostes obtingudes ha estat insuficient per tal de considerar els resultats obtinguts estadísticament significatius. A més, la mostra pot patir d'un cert biaix, atès que es parteix de les respostes d'aquells comerços que voluntàriament van decidir respondre entre aquells dels quals es coneixia el seu correu electrònic.

Es van fer quatre enquestes diferents: una a comerços, bars i restaurants situats al nucli urbà de la ciutat; una altra als comerços que disposaven d'estand al Village; una tercera a les guinguetes de la platja i del passeig marítim; i una altra als que gestionaven alguna de les barres o estands que es van situar al llarg del passeig marítim de Mataró.

Es van enviar 857 correus electrònics (marc mostrat) amb l'enquesta als comerços que estaven situats en el Village, a les guinguetes de la platja i el passeig marítim, a les barres i estands que es van situar al llarg del passeig marítim, i a comerços bars i restaurants de Mataró⁴. De tots aquests correus electrònics enviats, s'han obtingut únicament 55 respostes, el que dona una taxa de resposta del 6,4%. Aquest nombre de respostes obtingudes, amb un nivell de confiança del 95,5%, el nivell d'error se situaria en el 13,1%. Aquest error mostrat es troba clarament fora del rang acceptat habitualment en els estudis estadístics que és com a màxim del 5%.

³ No es disposa de les dades de despesa mitjana corresponents al dissabte a la tarda. Cal considerar aquest càlcul com a hipotètic segons el supòsit d'una despesa similar per persona el dissabte a la tarda respecte el diumenge al matí.

⁴ L'enquesta va dirigir-se bàsicament als establiments de la zona centre, eixample i front marítim de Mataró, a excepció dels restaurants entre els quals també varen afegir-se establiments d'altres zones de la ciutat. Els establiments ubicats al Centre i Eixample de Mataró representen el 43% de tots els establiments de la ciutat.

	Marc mostral	Mostra	Taxa de resposta
Enquesta a bars, restaurants i comerços	774	31	4,0%
Enquesta a guinguetes platja	8	2	25,0%
Enquesta a estands-barres	15	11	73,3%
Enquesta Village	60	11	18,3%
Total	857	55	6,4%

3.2.1. Enquesta a bars, restaurants i comerços

Més de la meitat dels que van respondre l'enquesta a bars, restaurants i comerços tenien el seu establiment situat al Centre de Mataró (51,6%), i el 32,3% el tenien ubicat a la façana litoral (avinguda Maresme – Nacional II, Port de Mataró i Passeig marítim).

Ubicació de l'establiment	Nombre	%
Centre	16	51,6%
Port de Mataró	5	16,1%
Avinguda Maresme - Nacional II	4	12,9%
Eixample	3	9,7%
Pla de Boet	2	6,5%
Passeig marítim	1	3,2%
Total	31	100,0%

Pel que fa al tipus d'activitat que desenvolupen els enquestats, el 54,8% de les respostes provenien de bars o restaurants, seguit d'un 19,4% que deien que la seva activitat és algun altre tipus de servei. A més distància, amb un 6,5% de les respostes, apareixen les activitats relacionada amb articles de la llar i les relacionades amb el lleure i la cultura.

Tipus d'activitat	Nombre	%
Bar-restaurant	17	54,8%
Altres tipus de servei	6	19,4%
Articles de la llar-mobles-decoració	2	6,5%
Lleure i cultura	2	6,5%
Forn-pastisseria	1	3,2%
Moda tèxtil	1	3,2%
Sabateria complements	1	3,2%
Xarcuteria-pernileria-formatgeria	1	3,2%
Total	31	100,0%

Pel que fa a l'impacte que ha tingut la Festa al Cel en el seu negoci, de forma majoritària els enquestats contesten que han tingut més activitat que en un cap de setmana normal del mes de setembre (63,3%). Un 20% ha respost que ha tingut la mateixa activitat que un altre cap de setmana, i un 16,7% ha tingut menys activitat.

Els bars i restaurants són els que acaparen la majoria de respostes que diuen que han notat més activitat —14 dels 20 que han notat més activitat—. Únicament 5 dels 31 enquestats diuen que han notat menys activitat: 3 dels que ho han dit són bars o restaurants, 1 articles de la llar, i 1 lleure i cultura.

Activitat respecte un altre cap de setmana normal de setembre	Nombre	%
Més	20	64,5%
Igual	6	19,4%
Menys	5	16,1%
Total	31	100,0%

Respecte a les respostes que van donar l'any passat, s'observa un important augment del percentatge d'enquestats que diuen que ha augmentat la seva facturació: al 2014 va ser el 26,1%, i al 2015 ha estat el 64,5%. Aquest augment es produeix bàsicament, per la davallada en els enquestats que contesten que la seva activitat ha estat igual que la d'un altre cap de setmana de setembre.

Activitat respecte un altre cap de setmana normal de setembre	2014	2015	Dif. 2014-2015
Més	26,10%	64,5%	38,4 p.p
Igual	54,30%	19,4%	-34,9 p.p.
Menys	19,60%	16,1%	-3,5 p.p.
Total	100,0%	100,0%	0,0 p.p

La mitja del percentatge en que ha variat la facturació el cap de setmana de la Festa al Cel respecte un cap de setmana normal del mes de setembre, dóna com a resultat un 9,8% (3,6% al 2014).

Analitzant únicament aquells enquestats que diuen que han notat més activitat en el seu negoci, l'increment mitjà en la facturació se situa en el 29% (36,2% al 2014). Analitzant la distribució, el 50% de les respostes (mediana) se situa com a màxim en un increment del 15% de la facturació. En el percentil 75, l'increment màxim en la facturació se situa en el 40%.

Per activitats, les que no són bars-restaurants diuen que l'increment màxim en la facturació ha estat d'un 20%. En els bars-restaurants la mediana de l'increment de facturació se situa en el 30%, dit d'altra manera la meitat dels bars-restaurants que han respost a l'enquesta han tingut una facturació màxima del 30%, i l'altra meitat ha incrementat la seva facturació entre el 30% i el 100%.

Per zones, les activitats ubicades al Port de Mataró són les que presenten increments més elevats en la facturació ja que 3 dels 5 establiments que van contestar i que

estaven ubicats en el Port van registrar increments per sobre del 55%. En la zona Centre de Mataró, 2 dels 10 establiments que van respondre a l'enquesta situen l'increment de facturació en el 50%.

Increment en la facturació	Nombre	%
5%	5	25,0%
15%	5	25,0%
20%	1	5,0%
25%	1	5,0%
30%	1	5,0%
40%	2	10,0%
50%	2	10,0%
55%	1	5,0%
70%	1	5,0%
Duplicat	1	5,0%
Total	20	100,0%

Entre els enquestats que han notat menys activitat en el seu negoci, la pèrdua de facturació oscil·la entre el -10% i el -75%. Els tres enquestats que han registrat una major pèrdua de facturació són bars-restaurants ubicats a l'Avinguda Maresme – Nacional II.

Descens en la facturació	Nombre	%
-10%	1	20,0%
-50%	1	20,0%
-70%	2	40,0%
-75%	1	20,0%
Total	5	100,0%

Comentaris dels comerços ⁵.

⁵ Malgrat que l'enquesta no incloïa un apartat d'observacions, alguns dels comerços i bars i restaurants enquestats van afegir algunes comentaris en relació a la Festa al Cel. L'elevada despesa de la festa en conjunt és alguna de les queixes exposada així com el poc impacte que algun d'ells considera que té en els comerços ja que aquests no obren en diumenge o perquè molts assistents a la festa es porten el menjar de casa. Un dels enquestats va queixar-se sobre la participació d'avions de l'exèrcit.

3.2.2. Enquesta al Village

Als comerços participants en el Village també se'ls hi va fer arribar una enquesta similar a la que van rebre els comerços i bars i restaurants de la ciutat, si bé aquesta contenia algunes preguntes específiques sobre el Village.

Així, els enquestats del Village, majoritàriament no van assolir les seves expectatives de venda, com ho demostra el fet que gairebé tres quartes parts de les respostes deia que la seva facturació havia estat inferior o molt inferior a les seves expectatives. Aquest no acompliment de les expectatives també es veu reflectit en un dels ítems de valoració del Village —el de volum de negoci—, al situar-se en 3,4 sobre 10.

Expectatives de venda al Village 2015	Nombre	%
Molt inferior	7	63,6%
Inferior	1	9,1%
Segons les expectatives	1	9,1%
Superior	2	18,2%
Molt superior	0	0,0%
Total	11	100,0%

Si es compara amb l'any passat, el resultat de les expectatives de venda presenta una millora, però registrar vendes inferiors a les previsions continua sent la tònica dominant en el Village.

Expectatives de venda al Village	2014	2015	Dif. 2014-2015
Molt inferior	66,6%	63,6%	-3,0 p.p.
Inferior	33,4%	9,1%	-24,3 p.p.
Segons les expectatives	0,0%	9,1%	9,1 p.p.
Superior	0,0%	18,2%	18,2 p.p.
Molt superior	0,0%	0,0%	0,0 p.p.
Total	100,0%	100,0%	0,0 p.p.

A l'hora de valorar diferents apartats relacionats amb el Village, l'organització va ser l'apartat més ben valorat amb 8 punts sobre 10 (0,3 punts menys que al 2014). Li segueix la Festa al Cel en el seu conjunt, amb 6,8 punts (0,4 punts més que al 2014); les condicions de l'espai amb 6,5 punts, 1,1 punts més que al 2014; el nombre de visitants al Village amb 5,2 (0,1 punt menys que al 2014); i finalment, com ja s'ha esmentat anteriorment, el volum de negoci se situa en 3,4 punts (la mateixa valoració que al 2014).

Valoració del Village (entre 0 i 10)	2014	2015	Dif. 2014-2015
Organització Village	8,3	8,0	-0,3
Condicions de l'espai	5,4	6,5	1,1
Nombre de visitants	5,3	5,2	-0,1
Volum de negoci	3,4	3,4	0,0
Festa en el seu conjunt	6,4	6,8	0,4

Entre les propostes de millora que fan els participants del Village la més recurrent és “la desconexió entre la Festa i el Village”, és a dir, que no s’aprofita el volum de gent que va a veure la Festa per tal que aquests passin pel Village, es proposa el Village estigui més a prop d’on hi ha el públic que ha vingut a la Festa. Un altre aspecte que s’anomena és el fet que el Village es faci també en dissabte (aquest fet ja va ser esmentat per alguns assistents al Village l’any passat). Altres propostes que esmenten els enquestats del Village és que hi hagi aparcament per als expositors, modificar la data de la Festa per passar-la a finals de setembre, i fer més màrqueting sobre el Village.

3.2.3. Enquesta a guinguetes, barres i estands

A les guinguetes situades a la platja, així com a les barres i estands que es van ubicar al llarg del passeig marítim se’ls hi va passar una enquesta, si bé algunes preguntes només feien referència a les barres i estands.

Respecte l’any anterior, el 30,8% dels enquestats diu que no hi va ser. Dels que si que van estar a la Festa al Cel de 2014 (69,2%), gairebé el 90% diu al 2015 que incrementat la seva facturació respecte al 2014.

Activitat respecte l'any passat	Nombre	%
Va estar l'any passat	9	69,2%
<i>Menys</i>	0	0,0%
<i>Igual</i>	1	11,1%
<i>Més</i>	8	88,9%
No va estar l'any passat	4	30,8%
Total	13	100,0%

Els increments de facturació, majoritàriament, dupliquen o tripliquen la que facturació que van tenir a la Festa de 2014.

Increment en la facturació	Nombre	%
90%	1	11,1%
Duplicat	4	44,4%
Triplicat o més	3	33,3%
NS / NC	1	11,1%
Total	9	100,0%

A les barres i estands se'ls hi va demanar que valoressin entre 0 i 10 diferents ítems. La puntuació més alta correspon al nombre de visitants, amb 8,1 punts sobre 10. L'ítem que fa referència a la Festa en el seu conjunt rep una puntuació de 7,7. Li segueixen les condicions de l'espai amb 6,5 punts; i per acabar l'ítem amb la puntuació més baixa correspon al volum de negoci, amb 5,8 punts.

La baixa puntuació que rep aquest últim punt (volum de negoci) contrasta amb el resultat obtingut en la pregunta sobre l'increment de facturació. Cal recordar que a l'increment de facturació només responien els que havien estat a la Festa en el 2014, i si bé la majoria han dit que van doblar o triplicar la facturació respecte el 2014, aquest augment parteix d'una xifra de partida força reduïda a causa de la pluja de l'edició de 2014.

Si s'analitza per separat la valoració dels que van estar a la Festa del 2014 dels que no hi van estar, la puntuació que atorguen en els quatre ítems els "novells" està sempre per sota de la que atorguen els que ja hi van ser-hi l'any passat.

Valoració de la barra / estand (entre 0 i 10)	2015
Condicions de l'espai	6,5
Nombre de visitants	8,1
Volum de negoci	5,8
Festa en el seu conjunt	7,7

Pel que fa a les propostes de millora destaca sobre la resta el fet de fer més activitats diumenge a la tarda ja que hi ha un cop acabada l'exhibició aèria la majoria de la gent marxava. També es fa referència a la queixa del públic respecte al temps que passava entre avió i avió en l'exhibició aèria. Altres propostes que es fan és la d'endarrerir l'horari de l'exhibició per fer-ho coincidir en l'horari de menjar, obrir en dissabte a la tarda, que es puguin posar taules, reduir l'oferta de barres / estands, posar punts de subministrament d'aigua per la neteja.

4. DADES D'OCUPACIÓ

4.1. HOTELS I CÀMPING

Les xifres proporcionades pels hotels de Mataró⁶ i pel càmping Barcelona, situen en 3.236 el nombre de pernотacions que s'han registrat durant el cap de setmana⁷ de la Festa al Cel de 2015. Aquesta xifra representa un 1,8% inferior a la mitjana dels altres tres caps de setmana de setembre en que no va haver-hi la Festa.

Per tal de fer una comparació el més homogènia possible amb les dades de l'any passat, s'han tingut en compte únicament les dades de dissabte i diumenge ja que al 2014 només es va demanar informació d'aquests dos dies. A més l'any 2014 no es disposava d'informació del New Hotel Colon, i en el 2015 no es disposa d'informació del Hotel Castell de Mata, per aquest motiu no s'han tingut en compte aquests dos hotels en els resultats que apareixen en la següent taula.

Els dies 19 i 20 de setembre de 2015 s'hi van registrar 1.925 pernотacions, un 15,1% més que les que van haver-hi els dies 27 i 28 de setembre de 2014. En el 2014, el nombre de pernотacions que van haver-hi el cap de setmana de la Festa al Cel van ser un 20,3% inferior a les que van haver-hi de mitjana la resta de caps de setmana de setembre; al 2015 el descens ha estat d'un -7,8%.

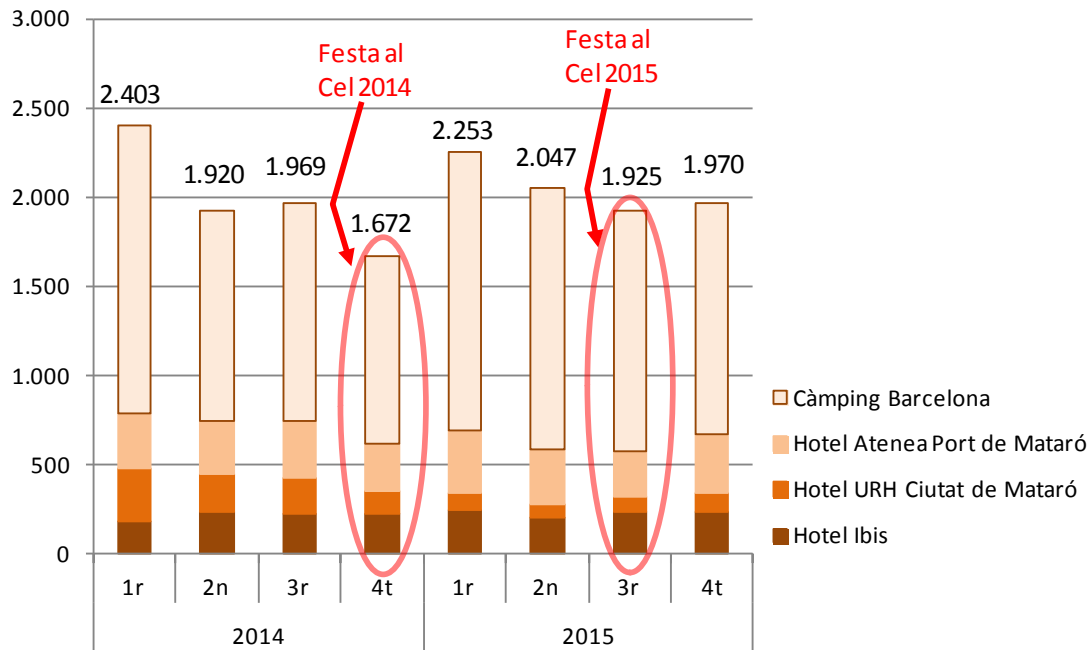
Nombre de pernотacions els caps de setmana de setembre

	2014	2015	Var. (%) 2014-2015
Cap de setmana de la Festa al Cel	1.672	1.925	15,1%
Promig de la resta de caps de setmana de setembre	2.097	2.090	-0,35%
Var. (%) cap de setmana Festa al Cel respecte la resta de caps de setmana de setembre	-20,3%	-7,9%	---

⁶ Hotel Atenea Port de Mataró, Hotel Ibis, Hotel URH Ciutat de Mataró i New Hotel Colon. L'Hotel Castell de Mata no ha proporcionat informació.

⁷ Les dades corresponen a les nits de divendres, dissabte i diumenge.

Nombre de pernoctacions a hotels i al càmping de Mataró. Caps de setmana de setembre de 2014 i 2015

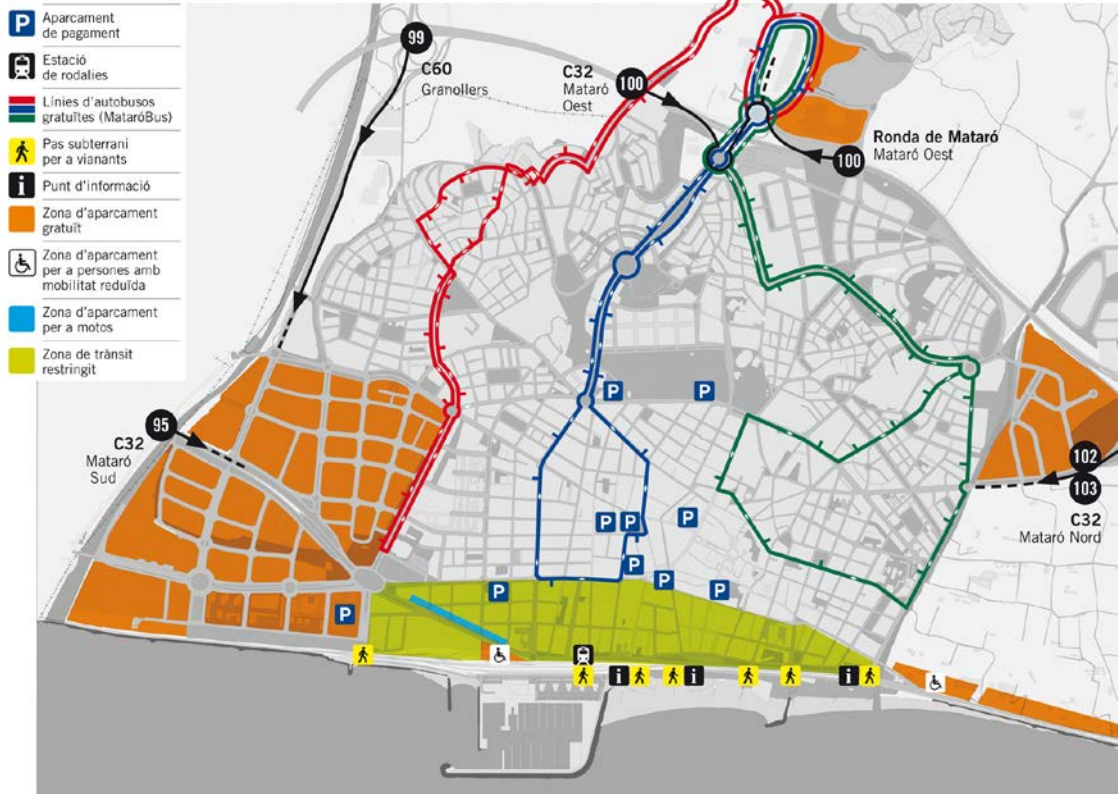


4.2. APARCAMENTS

4.2.1. Zones d'aparcament gratuït

L'Ajuntament de Mataró, davant la possible arribada d'un nombre considerable de visitants a la Festa al Cel, va habilitar cinc grans zones d'aparcament lliure: el tram de la N-II entre l'Ermita de Sant Simó i la rotonda d'Elisabet Cristina de Brunsvic; la zona del polígon industrial de Pla d'en Boet i la zona de El Rengle; la zona industrial de Mata-Rocafonda; l'aparcament del centre comercial Carrefour; i l'aparcament del centre comercial Mataró Parc.

Diumenge 20 de setembre



El recompte de cotxes aparcats a les diferents zones d'aparcament lliure que hi havia preparades a Mataró, situa en 4.667 el nombre màxim de cotxes van haver-hi aparcats. Entre les 12:00 i les 14:00 es quan es van registrar les xifres més altes d'ocupació, que representaven el 52% de les places disponibles. Val a dir, però, que la distribució de l'ocupació va ser dispar, així mentre els polígons industrials de El Rengle, Pla d'en Boet i Mata-Rocafonda van aconseguir una ocupació del 100% (el 97% en el cas de Mata-Rocafonda), en els centres comercials Carrefour i Mataró Parc l'ocupació dels aparcaments va ser del 22% i 16%, respectivament.

Fent la comparació amb la Festa de 2014, aquest 2015 l'ocupació de turismes a les zones lliures s'ha més que triplicat, increment que s'ha centrat en els aparcaments situats en els polígons industrials i també en el centre comercial Carrefour.

Nombre màxim de turismes que van comptabilitzar-se a les diferents zones d'aparcament gratuït que es van habilitar a Mataró el diumenge de la Festa al Cel. 2014 i 2015

	Festa al Cel		Diferència	
	2014	2015	Absoluta	Relativa (%)
Polígons industrials	2.100	3.283	1.183	56,33%
El Rengle		745		
Pla d'en Boet		1.569		
Mata-Rocafonda		471		
Hortes-Camí Ral		498		
Centre comercial Carrefour	30	239	209	696,67%
Centre comercial Mataró Parc	600	590	-10	-1,67%
N-II	700	555	-145	-20,71%
Total	1.330	4.667	3.337	250,90%

A banda d'aparcament per cotxes, també es va preparar aparcament per bicicletes i per motocicletes. Aquest any s'han comptabilitzat 64 bicicletes, quan l'any passat van haver-n'hi només 8. De motocicletes se n'ha comptat 420, més del doble de les que van haver-hi a la Festa del 2014.

4.2.2. Aparcaments de pagament

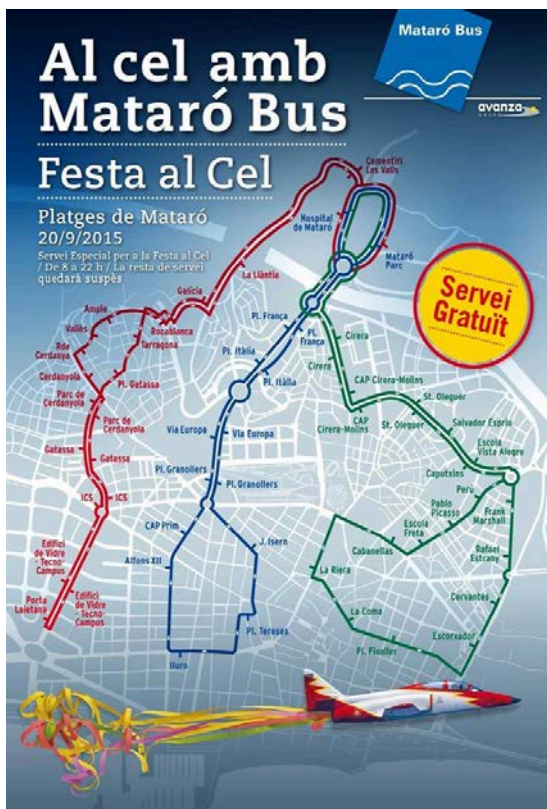
Les xifres facilitades per alguns dels operadors privats (SABA, EMPARK i MUTUAPARK) i pels operadors públics (PUMSA) durant el cap de setmana de la Festa al Cel de 2015, situa en 4.062 el nombre d'entrades de cotxes als aparcaments de rotació, xifra que si es compara amb la del cap de setmana de la Festa al Cel de 2014 significa un increment de 549 cotxes (un +15,6% en termes relatius). Analitzant per separat les xifres dels aparcaments de dissabte i diumenge de la Festa al Cel, el dissabte dia 19 van entrar 2.656 turismes als aparcaments de Mataró, un 7% més que el mateix dissabte de la Festa de 2014. El diumenge 20 l'increment va ser molt més accentuat, va comptabilitzar-se un augment del 36,5% respecte el mateix diumenge d'un any enrere; en total van entrar 1.406 turismes en els aparcaments.

Nombre d'entrades de cotxes als principals aparcaments de rotació de Mataró. 2014 i 2015

	Festa al Cel 2014			Festa al Cel 2015			Diferència	
	Dissabte 27	Diumenge 28	Total	Dissabte 19	Diumenge 20	Total	Absoluta	Relativa (%)
Plaça de les Tereses	572	90	662	625	145	770	108	16,3%
Plaça Tomàs i Valiente	21	153	174	40	193	233	59	33,9%
La Riera	198	59	257	225	93	318	61	23,7%
Can Xammar	315	183	498	327	328	655	157	31,5%
Santa Anna	1.063	456	1.519	971	486	1.457	-62	-4,1%
Plaça Granollers	63	35	98	113	60	173	75	76,5%
Parc Central	49	34	83	116	55	171	88	106,0%
Plaça de Cuba	202	20	222	239	46	285	63	28,4%
Total	2.483	1.030	3.513	2.656	1.406	4.062	549	15,6%

4.3. AUTOBÚS URBÀ

Per tal de facilitar la mobilitat de les persones durant la Festa al Cel, el diumenge 20 es van suprimir totes les línies habituals d'autobús i es van crear tres línies específiques per a l'esdeveniment.



Segons dades facilitades per Mataró Bus, el dia 20 de setembre, s'hi van registrar 11.494 cancel·lacions desglossades de la següent manera: 4.575 corresponen a la línia vermella; 4.295 a la línia blava; i 2.624 a la línia verda. Les gairebé 11.500 cancel·lacions fetes amb l'autobús suposa prop del doble de les cancel·lacions que van haver-hi a la Festa del 2014 (5.867), concretament suposa un augment del 95,9%. De les tres línies destaca la línia vermella, amb 4.575 cancel·lacions, un 152% més que les de un any enrere.

Nombre de passatgers a les tres línies d'autobús urbà el dia de la Festa al Cel. 2014 i 2015

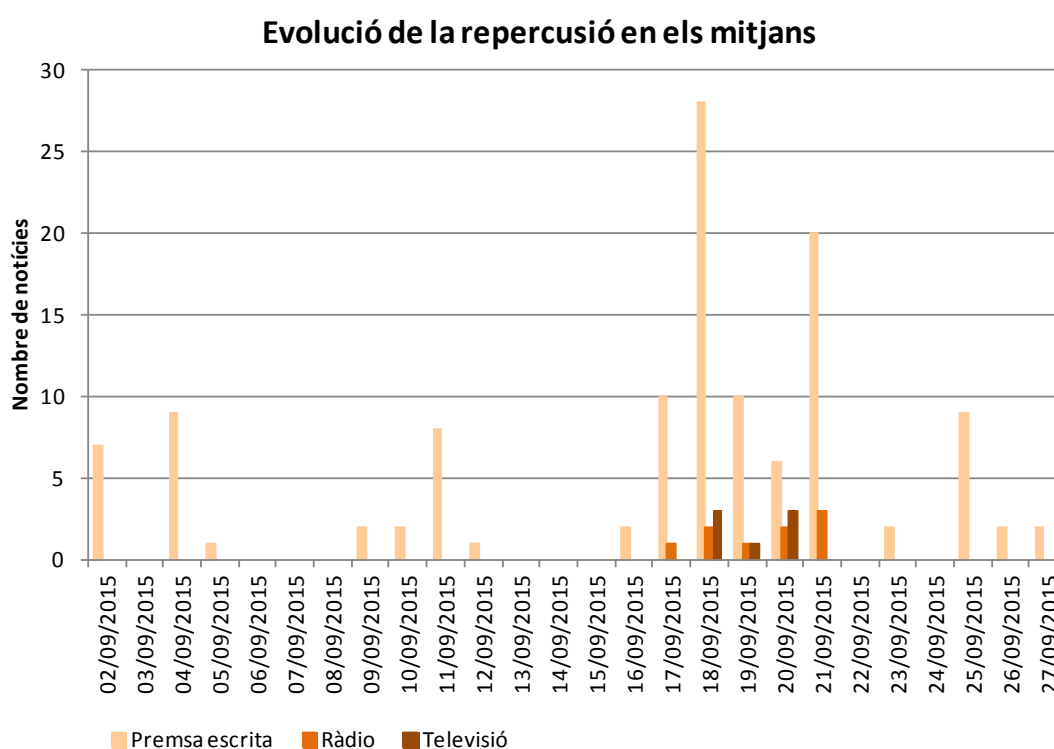
	Nombre de passatgers		Diferència	
	2014	2015	Absoluta	Relativa (%)
Línia vermella	1.811	4.575	2.764	152,62%
Línia blava	2.820	4.295	1.475	52,30%
Línia verda	1.236	2.624	1.388	112,30%
Total	5.867	11.494	5.627	95,91%

5. REPERCUSIÓ EN MITJANS DE COMUNICACIÓ

A continuació es presenten les estadístiques relatives als mitjans on s'ha fet ressò de l'esdeveniment, així com una estimació d'aquesta repercussió en termes econòmics⁸.

La Festa al Cel va generar gairebé 140 notícies en el conjunt de mitjans externs (comptant la premsa local i comarcal escrita), tenint en compte tant televisió, ràdio i premsa escrita.

Lògicament, el volum de notícies relatives es va concentrar majoritàriament durant els dies immediatament precedents i el propi cap de setmana de l'esdeveniment. Així, el 64,5% de les notícies es van produir entre els dies 17 i 21 de setembre.

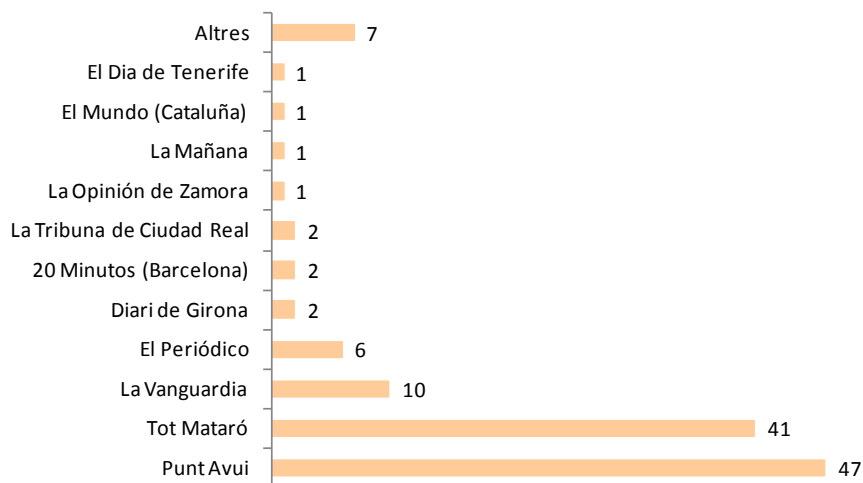


Font: Elaboració pròpia a partir de les dades facilitades per Seguimedia.

Pel que fa a la premsa escrita, varen recollir-se un total de 121 notícies (comptabilitzant la premsa local i la comarcal), distribuïdes de la següent forma:

⁸ La valoració econòmica del retorn informatiu assolida en els mitjans es realitza mitjançant la quantificació del valor publicitari dels espais ocupats en els mitjans analitzats. És a dir, s'estableix una correspondència entre les insercions informatives i les insercions publicitàries, si bé els experts coincideixen en afirmar que el valor de la informació és considerablement superior al de la publicitat.

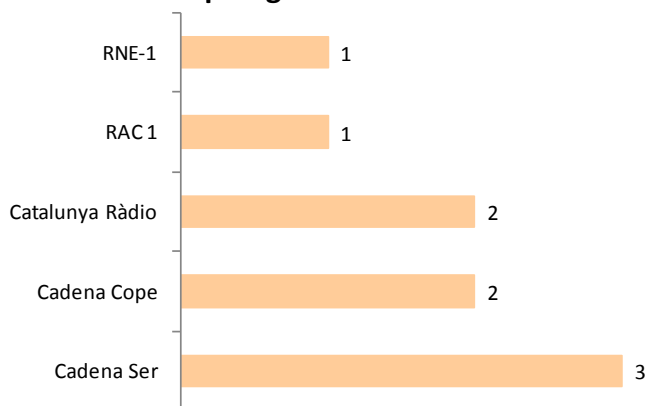
Notícies aparegudes en premsa escrita



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades facilitades per Seguimedia.

Les 9 notícies a la Radio es distribuïrien per cadenes de la següent manera:

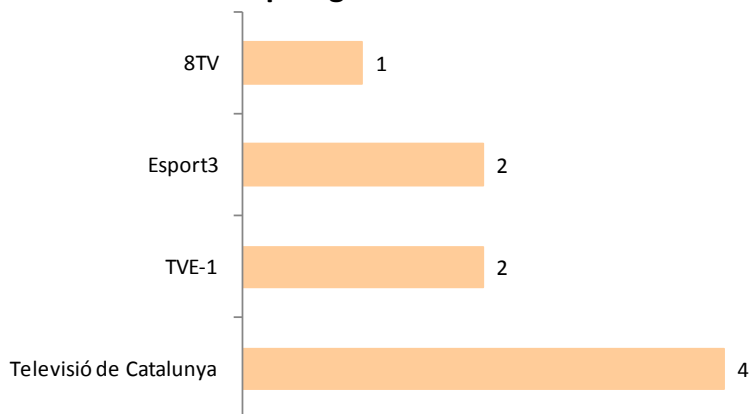
Notícies aparegudes en ràdio



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades facilitades per Seguimedia.

I les 9 a la televisió així:

Notícies aparegudes en televisió



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades facilitades per Seguimedia.

5.1. VALORACIÓ ECONÒMICA

La valoració econòmica del retorn informatiu assolit en els mitjans es realitza mitjançant la quantificació del valor publicitari dels espais ocupats en els mitjans analitzats. És a dir, s'estableix una correspondència entre les insercions informatives i les insercions publicitàries, si bé els experts coincideixen en afirmar que el valor de la informació és considerablement superior al de la publicitat.

Segons la metodologia establerta⁹, la valoració econòmica de la difusió als mitjans de la festa al Cel del 2015 se situaria en 936.198 euros, xifra total considerablement superior a la de l'edició anterior (augment de 368.692 euros respecte la valoració econòmica que es va fer a la Festa de 2014, en termes relatius representa un augment del 65%). Cal tenir present que aquest increment tant elevat pot respondre en gran part al fet que el càlcul del valor econòmic del retorn informatiu dels mitjans s'ha realitzat per dues empreses diferents¹⁰ seguint els seus propis criteris de valoració econòmica, el que dificulta fer-ne una comparació homogènia.

Així en la Festa al Cel 2015, gairebé el 61% de tot el retorn econòmic prové de la televisió (569.929 euros), mentre que la premsa escrita li correspon el 36,9% i a la ràdio un 2,2%.

Valoració econòmica del retorn informatiu dels mitjans a la Festa al Cel 2015

	Valoració econòmica	%
Premsa escrita	345.519,8 €	36,9%
Ràdio	20.748,9 €	2,2%
Televisió	569.929,5 €	60,9%
Total	936.198,20 €	100,0%

La premsa escrita en paper és on s'ha fet més ressò de la Festa al Cel amb 121 notícies que feien referència a la Festa al Cel 2015. Un terç de les notícies de la premsa escrita en paper ocupaven menys d'un quart de pàgina, mentre que el 29% ocupaven mitja pàgina. El dia en què van aparèixer més notícies va ser el 18 de setembre amb 28 impactes, seguit pel 21 de setembre amb 20 impactes. El Tot Mataró encapçala el rànquing de mitjans on han aparegut més notícies, seguida pel Punt Avui en les seves edicions del Maresme i de Girona.

⁹ Estimació de la inversió que s'hagués hagut de realitzar en mitjans convencionals per a aconseguir impactes equivalents a nivell quantitatiu i qualitatiu, cost dels espots en televisió, tarifes per pàgina de publicitat a premsa, falques publicitàries a la Ràdio...

¹⁰ L'estimació de l'impacte econòmic en l'edició de 2014 va ser duta a terme per l'empresa Millennials, mentre que la del 2015 l'ha fet l'empresa Seguimedia.

En ràdio, el dia 21 de setembre és quan van haver-hi més impactes radiofònics sobre la Festa al Cel, amb un total de tres notícies. Per emissores la Cadena Ser és qui més ha parlat de la Festa al Cel 2015 amb tres impactes, li segueixen Catalunya Ràdio i la Cope amb dos impactes cadascú.

En televisió, el dia 20 de setembre és quan van haver-hi més notícies que feien referència a la Festa la Cel, amb un total de cinc. Televisió de Catalunya és qui ha fet més difusió de la Festa al Cel amb quatre notícies, seguit per Televisió Espanyola i Esport3 amb dues cadascuna.

Quadre resum de repercusió en mitjans de comunicació

Nombre total de notícies en premsa escrita	121
Tirada	4.674.550
Difusió	3.769.656
Nombre total de notícies en televisió	9
Nombre total de notícies en ràdio	9
Valoració econòmica en mitjans	936.198,2 €

Que de forma més concreta en la desagregació per mitjans quedaria segons el següent quadre:

Notícies premsa	87,1%
Punt Avui	38,8%
Tot Mataró	33,9%
La Vanguardia	8,3%
El Periódico de Catalunya	5,0%
Altres	14,0%
Notícies ràdio	6,5%
Cadena Ser (Barcelona)	33,3%
Catalunya Ràdio	22,2%
Cadena Cope	22,2%
RAC1	11,1%
RNE1	11,1%
Notícies televisió	5,8%
TV3	44,4%
TVE-1	22,2%
Esport3	22,2%
8TV	11,1%

6. RELACIÓ DESPESES I INGRESSOS DE LA FESTA AL CEL

DISTRIBUCIÓ DESPESA	IMPORT
Contracte Graella	96.800,00€
Contracte Assistència Tècnica	80.707,00€
Dispositiu Seguretat, incloent:	(37.073,26€)
Salvament Marítim	14.676,47€
PAU	5.445,00€
Preventiu Creu Roja	14.689,09€
Informe Heliport Eventual	2.262,70€
Comunicació offline (no inclosa al plec 2015)	29.835,00€
Megafonia	10.122,86€
Voluntariat (samarretes, avituallament, obsequi...)	0€
Avituallament cossos seguretat i p.civil adicional	400,00€
Reposició boies	395,00€
Possible comissió captació patrocinis	530,00€
Cursa Orientació Nocturna (D.Esports)	450,00€
Costos d'adaptació del nou emplaçament de l'heliport (solar Laia L'arquera)	546,16€
Auxiliars	11.004,35€
Assegurança RC	7.961,25€
Assegurança Contingències	14.328,99€
Senyalització itineraris, N-II,...	12.300€
Tanques via ADIF	35.095,81€
Xarxa comunicacions	2.885,85€
Sistema control aforament	(31.169,83 €) Nextotech 21.550,1€ Nextotech 1.566,95€ E.Boquet 8.052,78€
Tallers científics i concurs fotografia	(2.605,00€) Premis 1.000€ Disseny cartell 605€ Tallers 1.000€
Ampliació Servei 010	859,65 €
Espectacles (Concert i comparses)	(19.154€) Catxés 11.577,50€ Infraestructures 7.576,7€
Neteja Platges	13.000,00€
Jornada Drons	871,20€
Ampliació cost auxiliars	0€
Necessitats nou CECAT	(4.165,26€) Cablejat 2.002,55€ Generador 509,48€ Carpes 544,5€ Mòduls 931,22€ Senyalització 177,5€
Fotos/estudi seguiment mitjans	1.784€
Infraestructures Mostra Aeronàutica	1.220,00€
Controladors aparcaments (mobilitat)	2.995,96€
Assegurança voluntaris	1.200€
Enquestes assistents	2.800€
Sonorització Nau Gaudí	304,92€
Cartelleria Informació Promoció de ciutat	205,70€
Missatgers Sant Valentí	479,16€
Coffe dispositiu Breafing diumenge	85,00€
Despesa producció patrocini (benzina)	1.500,00€
TOTAL	424.835,21 €

La despesa de personal (Capítol 1) corresponent a l'edició de 2015 ha estat de **97.037,88 €** inferior als 108.847 € de l'anterior edició.

- Total costos 2015: 521.873,09 € Total costos 2014: 573.238,00 €

Per tant, **s'ha reduït la despesa en més de 50.000 €** respecte 2014 (40.000 € si no es contempla la despesa de personal) , i havent incorporat nous serveis respecte any passat per un valor de 51.900 €, com són:

- Sistema control aforament : 32.000 €
- Ampliació megafonia : 5.000 €
- Xarxa comunicacions responsables dispositius: 2.900 €
- Milliores Centre control terrestre CECAT: 4.000 €
- Jornada Drons: 1.000 €
- Ampliació cobertura assegurança contingències: 5.000 €
- Ampliació auxiliars de control : 2.000 €

INGRESSOS FINALS FESTA AL CEL 2015

DISTRIBUCIÓ INGRÉS	IMPORT
Patrocini Mataró Parc	100.000€
Patrocini MESA	10.000€
Patrocini AEROPORTS DE LA GENERALITAT	8.000€
Patrocini AMSA	5.000€
Patrocini dinerari Telepizza	4.500€
Patrocini dinerari DAMM	500€
MOSTRA AERONÀUTICA	1.200€
TOTAL	129.200€

Ingrés per part de l'Asseguradora en concepte d'indemnització de la Festa al Cel 2014 122.843,36€

7. QUADRE RESUM DE DADES

Enquesta	2014	2015	Dif. 2014-2015
Estimació del nombre d'assistents	66.000	83.000	17.000
Visitants de fora de Mataró	21.700	30.486	8.786
Valoració assistents de la Festa al Cel	8,0	8,3	0,3
Valoració de l'Organització	7,8	8,2	0,4
Intenció despesa mitjana per assistent	9,9 €	14,5 €	4,6 €
Intenció d'assistir a la propera edició	89,7%	96,5%	6,8 p.p

Impacte econòmic i valoració comercial	2014	2015	Var. (%) 2014-2015
Estimació intenció despesa dels assistents diumenge	657.667 €	1.202.670 €	82,9%
Intenció despesa d'assistents fora de Mataró diumenge	267.192 €	583.805 €	118,5%
% de comerços amb major facturació	26,1%	64,5%	38,4 p.p.
Pernoctacions als hotels i càmping	1.672	1.925	15,1%
Entrada de vehicles als aparcaments de rotació	3.513	4.062	15,6%

Repercussió en mitjans de comunicació	2014	2015	Var. (%) 2014-2015
Nombre de notícies en Premsa (no local)	68	80	17,6%
Nombre de notícies en Radio (no local)	14	9	-35,7%
Nombre de notícies en TV (no local)	22	9	-59,1%
Valoració impacte mediàtic (no inclou on-line)	567.506 €	936.198 €	65%

8. ANNEXOS

8.1. ENQUESTES



Enquesta visitants



Enquestador/a:

Lloc de l'enquesta:

Hora de l'enquesta:

Bon dia / bona tarda. L'Ajuntament de Mataró, com organitzador de la Festa al Cel, vol conèixer l'opinió dels assistents a aquest esdeveniment. Seria tan amable de contestar a unes preguntes? Seran al voltant de 5 minuts.

Es garanteix l'anonimat i el secret estadístic de tota la informació que ens proporcionis i no es divulgaran de cap manera respostes individuals ni s'utilitzaran per a cap finalitat que no sigui l'elaboració d'un estudi d'opinió. Li agraïm la seva col·laboració.

Pf1. Edat de l'enquestat/da

_____ anys

Si l'enquestat té menys de 16 anys, s'acaba l'enquesta.
Si l'enquestat té 16 anys o més, continua amb l'enquesta.

1. Sexe de l'enquestat/da

- Home
 Dona

2. On resideix vostè?

(Si és de Catalunya ha d'especificar el municipi, si és d'Espanya ha d'especificar la província i, si és estranger el país)

- Mataró
 Resta de la comarca del Maresme *municipi:* _____
 Resta de la província de Barcelona *municipi:* _____
 Resta de Catalunya *municipi:* _____
 Resta d'Espanya *província:* _____
 Altres països *país:* _____

3. Amb qui ha vingut a la Festa al Cel?

- Amb parella
 Amb família
 Amb amics
 Amb grup organitzat
 Sól
 Altres

4. Amb quantes persones?

Incloent-se vostè mateix

nombre de persones: _____

5. Com ha arribat a la Festa al Cel? (L'enquestat pot seleccionar més d'una resposta)

- Caminant En tren
 En bicicleta En autobús
 En cotxe En autocar
 En moto Altres

6. Quant de temps ha hagut de caminar fins arribar-hi?

- Menys de 5 minuts
 Entre 5 i menys de 10 minuts
 Entre 10 i menys de 20 minuts
 Entre 20 i menys de 30 minuts
 30 minuts o més

7. A quines activitats de la Festa al Cel ha assistit o pensa assistir?

(L'enquestat pot seleccionar més d'una resposta)

- Exhibició aèria Concurs d'avions de paper (a la platja del Callao)
 Concert dels Macedònia (a la platja del Callao) Espectacle aeri al capvespre (dia anterior)
 Xarangues (al passeig marítim) Activitats Drones (dia anterior a Can Marfà)
 Village del Comerç (aparcament zona alta del Port)

8. Havia assistit a alguna edició anterior de la Festa al Cel...

- ...a Mataró Sí No No ho sé
- ...a Barcelona Sí No No ho sé

9. Ha dinat o pensa quedar-se a dinar a Mataró?

- Sí (passi a la pregunta 10)
 No (passi a la pregunta 11)
 No ho sé (passi a la pregunta 11)

10. On ha dinat o pensa dinar?

- Bar o restaurant del Port de Mataró
 Guingueta, estand o establiment de la platja o del passeig marítim de Mataró
 Altres bars o restaurants de Mataró
 Porto el dinar de casa
 A casa meua
 A casa d'un familiar o d'un amic
 Altres

<p>11. Indiqui, si us plau, quant s'ha gastat o pensa gastar-se a Mataró (per persona en cas de família o parella)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Durant el dia d'avui</th> <th>Durant el dia d'ahir</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>En bars / restaurants / guinguetes</td> <td>_____ €</td> <td>_____ €</td> </tr> <tr> <td>En comerços locals o village:</td> <td>_____ €</td> <td>_____ €</td> </tr> <tr> <td>En allotjament:</td> <td>_____ €</td> <td>_____ €</td> </tr> <tr> <td>En altres coses:</td> <td>_____ €</td> <td>_____ €</td> </tr> </tbody> </table>			Durant el dia d'avui	Durant el dia d'ahir	En bars / restaurants / guinguetes	_____ €	_____ €	En comerços locals o village:	_____ €	_____ €	En allotjament:	_____ €	_____ €	En altres coses:	_____ €	_____ €	<p>12. Valori, si us plau, del 0 a 10 els següents aspectes de la Festa al Cel, on 0 indica que la valoració és molt negativa, i 10 indica que la valoració és molt positiva.</p> <p>Organització: _____</p> <p>Accés: _____</p> <p>Espectacles: _____</p> <p>La festa en el seu conjunt: _____</p> <p>...i l'oferta gastronòmica com la valora?: _____</p>
	Durant el dia d'avui	Durant el dia d'ahir															
En bars / restaurants / guinguetes	_____ €	_____ €															
En comerços locals o village:	_____ €	_____ €															
En allotjament:	_____ €	_____ €															
En altres coses:	_____ €	_____ €															
<p>12. bis Respecte l'edició de l'any anterior, aquesta li ha semblat en el seu conjunt (per als que responen sí a la pregunta B)</p> <p><input type="checkbox"/> Millor</p> <p><input type="checkbox"/> Igual</p> <p><input type="checkbox"/> Pitjor</p> <p><input type="checkbox"/> No ho sé / No contesta</p>	<p>13. Què canviaria o milloraria en una propera edició?</p> <div style="border: 1px solid black; height: 60px;"></div>																
<p>14. Què és el que més li ha agradat de la Festa al Cel?</p> <div style="border: 1px solid black; height: 80px;"></div>																	
<p>15. En una propera edició de la Festa al Cel, creu que hi tornarà?</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p> <p><input type="checkbox"/> No ho sé</p>	<p>16. Una última pregunta, per al recompte d'assistents: algun dels voluntaris de l'organització li ha entregat a vostè personalment una bossa d'escombraries?</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>																
<p>OBSERVACIONS PER PART DE L'ENQUESTADOR:</p> <div style="border: 1px solid black; height: 100px;"></div>																	

Enquesta comerços i restauració

1. En quina zona està ubicat el seu negoci?

- | | | | |
|---|-------------------------------------|--|--|
| <input type="checkbox"/> Port de Mataró | <input type="checkbox"/> Cerdanyola | <input type="checkbox"/> Molins-Torner | <input type="checkbox"/> Pla d'en Boet |
| <input type="checkbox"/> Passeig Marítim | <input type="checkbox"/> Cirera | <input type="checkbox"/> Palau-Esconador | <input type="checkbox"/> Rocafonda |
| <input type="checkbox"/> Avinguda Maresme - Nacional II | <input type="checkbox"/> Eixample | <input type="checkbox"/> Mataró Parc | <input type="checkbox"/> Vista Alegre |
| <input type="checkbox"/> Centre | <input type="checkbox"/> La Llàntia | <input type="checkbox"/> Peramàs | <input type="checkbox"/> Altres |

2. Indiqui l'activitat principal del seu negoci

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> Bar / restaurant | <input type="checkbox"/> Moda tèxtil | <input type="checkbox"/> Automoció i Carburants |
| <input type="checkbox"/> Forn / pastisseria | <input type="checkbox"/> Sabateria / complements | <input type="checkbox"/> Lleure i cultura |
| <input type="checkbox"/> Xarcuteria / pemleria / formatgeria | <input type="checkbox"/> Artides de la llar / mobles / decoració | <input type="checkbox"/> Altre tipus de servei |
| <input type="checkbox"/> Altre comerç d'alimentació | <input type="checkbox"/> Drogueria / Perfumeria | |

3. Ha notat més, menys o igual activitat en el seu negoci durant el cap de setmana de la Festa al Cel respecte un cap de setmana normal del mes de setembre?

- Més (respongui a la pregunta 4)
 Menys (respongui a la pregunta 5)
 Igual (finalitza l'enquesta)

4. Quin seria l'increment en % de la facturació respecte un cap de setmana normal en el mes de setembre?

- | | | | |
|------------------------------|------------------------------|------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 5% | <input type="checkbox"/> 30% | <input type="checkbox"/> 55% | <input type="checkbox"/> 80% |
| <input type="checkbox"/> 10% | <input type="checkbox"/> 35% | <input type="checkbox"/> 60% | <input type="checkbox"/> 85% |
| <input type="checkbox"/> 15% | <input type="checkbox"/> 40% | <input type="checkbox"/> 65% | <input type="checkbox"/> 90% |
| <input type="checkbox"/> 20% | <input type="checkbox"/> 45% | <input type="checkbox"/> 70% | <input type="checkbox"/> 95% |
| <input type="checkbox"/> 25% | <input type="checkbox"/> 50% | <input type="checkbox"/> 75% | <input type="checkbox"/> Duplicat |
| | | | <input type="checkbox"/> Triplicat o més |

5. Quin seria el descens en % de la facturació respecte un cap de setmana normal en el mes de setembre?

- | | | | |
|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> -5% | <input type="checkbox"/> -30% | <input type="checkbox"/> -55% | <input type="checkbox"/> -80% |
| <input type="checkbox"/> -10% | <input type="checkbox"/> -35% | <input type="checkbox"/> -60% | <input type="checkbox"/> -85% |
| <input type="checkbox"/> -15% | <input type="checkbox"/> -40% | <input type="checkbox"/> -65% | <input type="checkbox"/> -90% |
| <input type="checkbox"/> -20% | <input type="checkbox"/> -45% | <input type="checkbox"/> -70% | <input type="checkbox"/> -95% |
| <input type="checkbox"/> -25% | <input type="checkbox"/> -50% | <input type="checkbox"/> -75% | <input type="checkbox"/> -100% |

1. En quina zona està ubicat el seu negoci habitual?

- | | | | |
|---|-------------------------------------|--|--|
| <input type="checkbox"/> Port de Mataró | <input type="checkbox"/> Cerdanyola | <input type="checkbox"/> Molins-Torner | <input type="checkbox"/> Pla d'en Boet |
| <input type="checkbox"/> Passeig Marítim | <input type="checkbox"/> Cirera | <input type="checkbox"/> Palau-Esconador | <input type="checkbox"/> Rocafonda |
| <input type="checkbox"/> Avinguda Maresme - Nacional II | <input type="checkbox"/> Eixample | <input type="checkbox"/> Mataró Parc | <input type="checkbox"/> Vista Alegre |
| <input type="checkbox"/> Centre | <input type="checkbox"/> La Llàntia | <input type="checkbox"/> Peramàs | <input type="checkbox"/> Altres |

2. Indiqui l'activitat principal del seu negoci

- | | | |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Bar / restaurant | <input type="checkbox"/> Moda tèxtil | <input type="checkbox"/> Automoció i Carburants |
| <input type="checkbox"/> Forn / pastisseria | <input type="checkbox"/> Sabateria / complements | <input type="checkbox"/> Lleure i cultura |
| <input type="checkbox"/> Xarcuteria / pemileria / formatgeria | <input type="checkbox"/> Articles de la llar / mobles / decoració | <input type="checkbox"/> Altre tipus de servei |
| <input type="checkbox"/> Altre comerç d'alimentació | <input type="checkbox"/> Drogueria / Perfumeria | |

3. En relació a les seves expectatives de venda, la facturació del seu estand al village ha estat:

- Mol inferior
 Inferior
 Segons les expectatives
 Superior
 Molt superior

3. Ha notat més activitat en l'establiment habitual del seu negoci (sense comptar l'estand al Village) durant el cap de setmana de la "Festa al Cel" respecte un cap de setmana normal del mes de setembre?

- Més (passi a la pregunta 4, 6 i 7)
 Menys (passi a la pregunta 5, 6 i 7)
 Igual (passi a la pregunta 6 i 7)

4. Quin seria l'increment en % de la facturació respecte un cap de setmana normal del mes de setembre?

- | | | | |
|------------------------------|------------------------------|------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 5% | <input type="checkbox"/> 30% | <input type="checkbox"/> 55% | <input type="checkbox"/> 80% |
| <input type="checkbox"/> 10% | <input type="checkbox"/> 35% | <input type="checkbox"/> 60% | <input type="checkbox"/> 85% |
| <input type="checkbox"/> 15% | <input type="checkbox"/> 40% | <input type="checkbox"/> 65% | <input type="checkbox"/> 90% |
| <input type="checkbox"/> 20% | <input type="checkbox"/> 45% | <input type="checkbox"/> 70% | <input type="checkbox"/> 95% |
| <input type="checkbox"/> 25% | <input type="checkbox"/> 50% | <input type="checkbox"/> 75% | <input type="checkbox"/> Duplicat |
| | | | <input type="checkbox"/> Triplicat o més |

5. Quin seria el descens en % de la facturació respecte un cap de setmana normal del mes de setembre?

- | | | | |
|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> -5% | <input type="checkbox"/> -30% | <input type="checkbox"/> -55% | <input type="checkbox"/> -80% |
| <input type="checkbox"/> -10% | <input type="checkbox"/> -35% | <input type="checkbox"/> -60% | <input type="checkbox"/> -85% |
| <input type="checkbox"/> -15% | <input type="checkbox"/> -40% | <input type="checkbox"/> -65% | <input type="checkbox"/> -90% |
| <input type="checkbox"/> -20% | <input type="checkbox"/> -45% | <input type="checkbox"/> -70% | <input type="checkbox"/> -95% |
| <input type="checkbox"/> -25% | <input type="checkbox"/> -50% | <input type="checkbox"/> -75% | <input type="checkbox"/> -100% |

1. En quina zona està ubicat el seu establiment

- Platja del Callao
- Platja del Varador
- Platja de Ponent

2. Ha notat més, menys o igual activitat en el seu establiment durant el cap de setmana de la Festa al Cel respecte un cap de setmana normal del mes de setembre?

- Més (respongui a la preguntes 3)
- Menys (respongui a la pregunta 4)
- Igual (finalitza l'enquesta)

3. Quin seria l'increment en % de la facturació respecte un cap de setmana normal en el mes de setembre?

- 5%
- 10%
- 15%
- 20%
- 25%
- 30%
- 35%
- 40%
- 45%
- 50%
- 55%
- 60%
- 65%
- 70%
- 75%
- 80%
- 85%
- 90%
- 95%
- Duplicat
- Triplicat o més

4. Quin seria el descens en % de la facturació respecte un cap de setmana normal en el mes de setembre?

- 5%
- 10%
- 15%
- 20%
- 25%
- 30%
- 35%
- 40%
- 45%
- 50%
- 55%
- 60%
- 65%
- 70%
- 75%
- 80%
- 85%
- 90%
- 95%
- 100%

1. A quina zona va ubicar-se l'estand-barra de la seva entitat?

- Proper al pas de l'estació
- Proper al pas de Sant Agustí
- Proper al pas del Cargol
- Proper al pas de Jordi Joan, Centre Natació
- Proper al pas de Sant Simó

2. Vàreu estar presents amb l'estand-barra de l'entitat l'edició de l'any anterior?

- Sí No (passi a la pregunta 5)

3. Quin seria l'increment en % de la facturació respecte la passada edició de la Festa al Cel

- | | | | |
|---|------------------------------|--|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 5% | <input type="checkbox"/> 30% | <input type="checkbox"/> 55% | <input type="checkbox"/> 80% |
| <input type="checkbox"/> 10% | <input type="checkbox"/> 35% | <input type="checkbox"/> 60% | <input type="checkbox"/> 85% |
| <input type="checkbox"/> 15% | <input type="checkbox"/> 40% | <input type="checkbox"/> 65% | <input type="checkbox"/> 90% |
| <input type="checkbox"/> 20% | <input type="checkbox"/> 45% | <input type="checkbox"/> 70% | <input type="checkbox"/> 95% |
| <input type="checkbox"/> 25% | <input type="checkbox"/> 50% | <input type="checkbox"/> 75% | <input type="checkbox"/> Duplicat |
| <input type="checkbox"/> Igual facturació | | <input type="checkbox"/> Triplicat o més | |

4. Quin seria el descens en % de la facturació respecte la passada edició de la Festa al Cel

- | | | | |
|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> -5% | <input type="checkbox"/> -30% | <input type="checkbox"/> -55% | <input type="checkbox"/> -80% |
| <input type="checkbox"/> -10% | <input type="checkbox"/> -35% | <input type="checkbox"/> -60% | <input type="checkbox"/> -85% |
| <input type="checkbox"/> -15% | <input type="checkbox"/> -40% | <input type="checkbox"/> -65% | <input type="checkbox"/> -90% |
| <input type="checkbox"/> -20% | <input type="checkbox"/> -45% | <input type="checkbox"/> -70% | <input type="checkbox"/> -95% |
| <input type="checkbox"/> -25% | <input type="checkbox"/> -50% | <input type="checkbox"/> -75% | <input type="checkbox"/> -100% |

5. Valori, si us plau, del 0 a 10 els següents aspectes, on 0 indica que la valoració és molt negativa, i 10 indica que la valoració és molt positiva.

Condicions de l'espai (estand-barra, ubicació, etc ...): _____

Volum de negoci: _____

Nombre de visitants: _____

La Festa al Cel en el seu conjunt: _____

6. Què canviaria o milloraria en una propera edició?

9. BIBLIOGRAFIA

FLUVIÀ FONT, Modest (investigador responsable de la Universitat de Girona); RIGALL I TORRENT, Ricard; SALÓ MAYOLAS, Albert. *Protocol d'avaluació de l'impacte econòmic d'esdeveniments i institucions culturals*. Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, 2008.

GONZÁLEZ, Toni. *L'Aquellarre de Cervera. Una anàlisi sobre l'impacte econòmic*. Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, 2012.

GONZÁLEZ, Toni. *Les falles d'Isil. Una anàlisi sobre l'impacte econòmic*. Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, 2012.

FARRÉ ALBENDEA, Francisco Javier. Tesis doctoral. *“Valoración económica de bienes turísticos en las Terres de l'Ebre: anàlisis de casos”*. Director: Doctor Juan Antonio Duro Moreno. Universitat Rovira i Virgili, Departament d'Economia, Grup de Recerca en Indústria i Territori (GRIT). Tortosa, 2011.

MORALES PÉREZ, Soledad (Universitat Oberta de Catalunya). *Estudi d'Impacte del Mercat de Música Viva de Vic*. Edicions dels anys 2012 i 2013