



# **Bilan d'impact touristique et économique du MuséoParc Alésia sur le territoire de l'Auxois**

**Rapport final – Novembre 2022**

# SOMMAIRE

- — L'enquête d'activité
- — L'enquête de notoriété
- — Le retour des professionnels
- — L'enquête visiteurs
- — Les retombées économiques



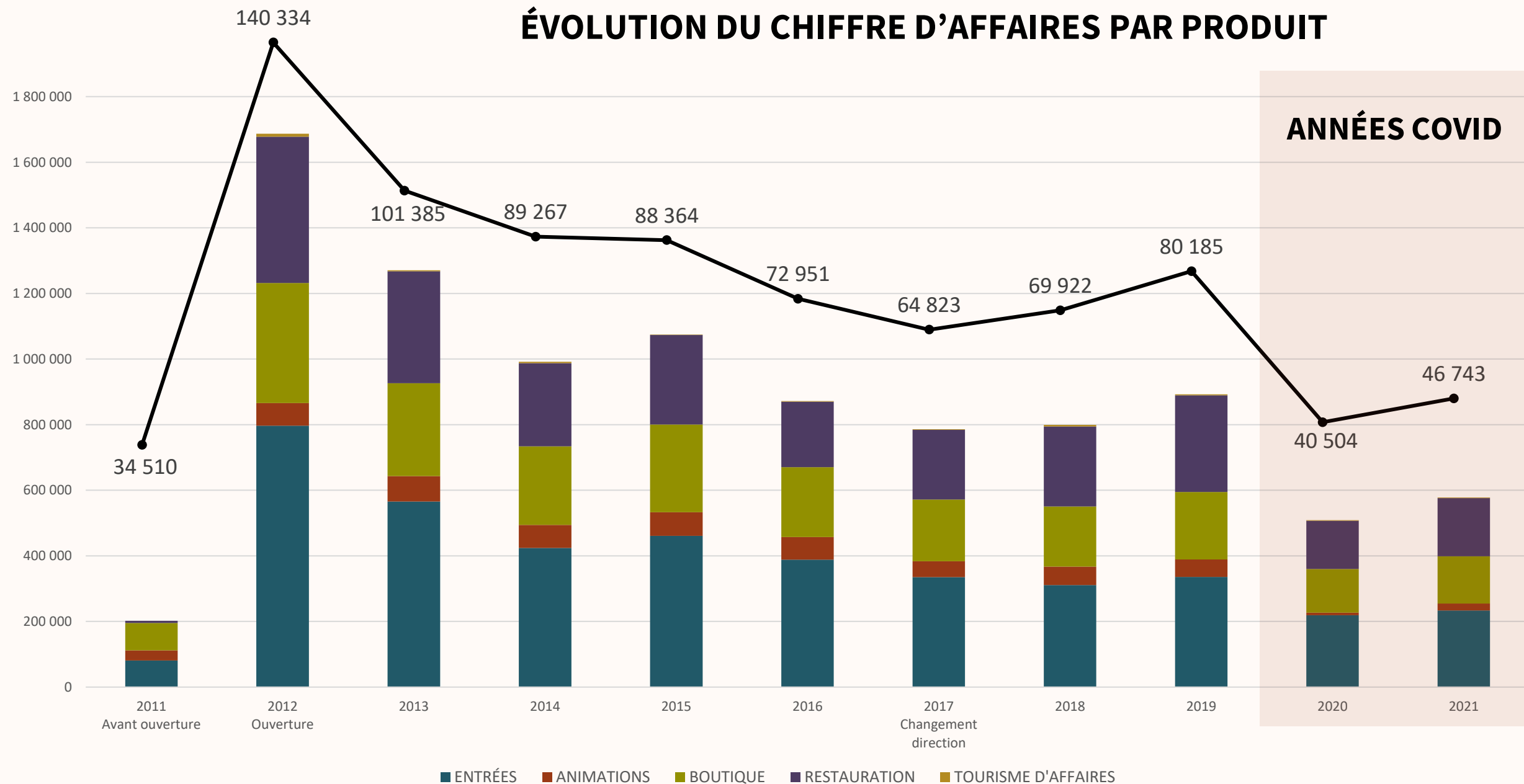
# L'enquête d'activité



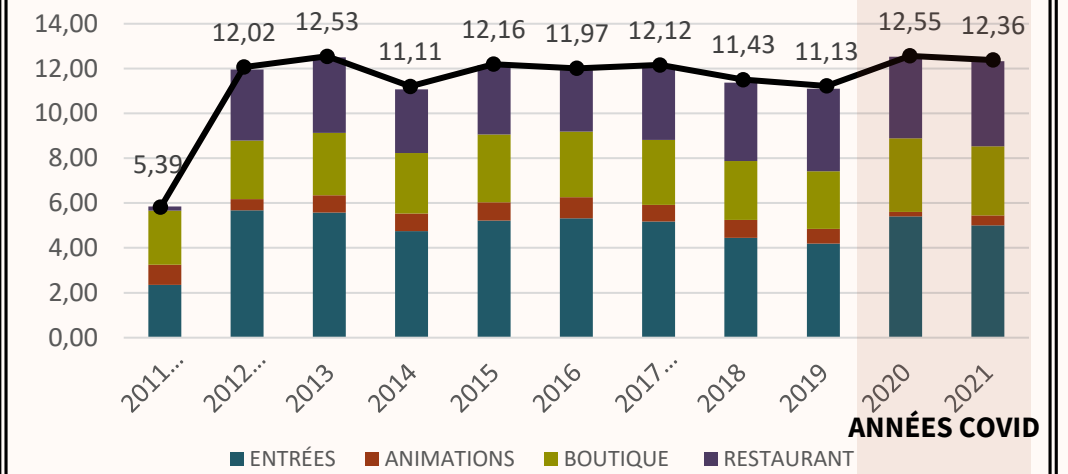
Bilans financiers et reporting d'activités du MuséoParc Alésia  
2011-2022

# Evolution de l'activité

- Une contribution majoritaire de la billetterie au CA global, puis de la boutique et de la restauration



## LE CHIFFRE D'AFFAIRES RAPPORTÉ AU NOMBRE DE VISITEURS



### QUELQUES CHIFFRES-CLÉS DONNÉES 2019

- Fréquentation : 80.185 visiteurs  
 CA par visiteur et par centre de profit :
- Billetterie : 4,19 €
  - Boutique : 2,57 €
  - Restaurant : 3,68 €
  - Animations : 0,66 €
  - Tourisme d'affaires : 0,04 €

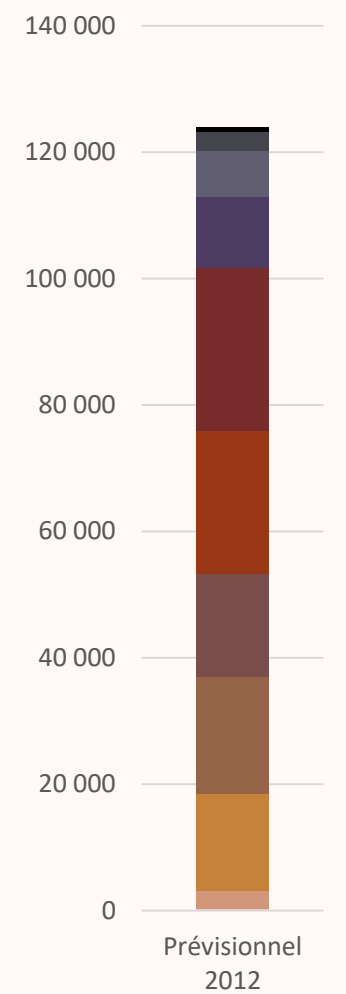
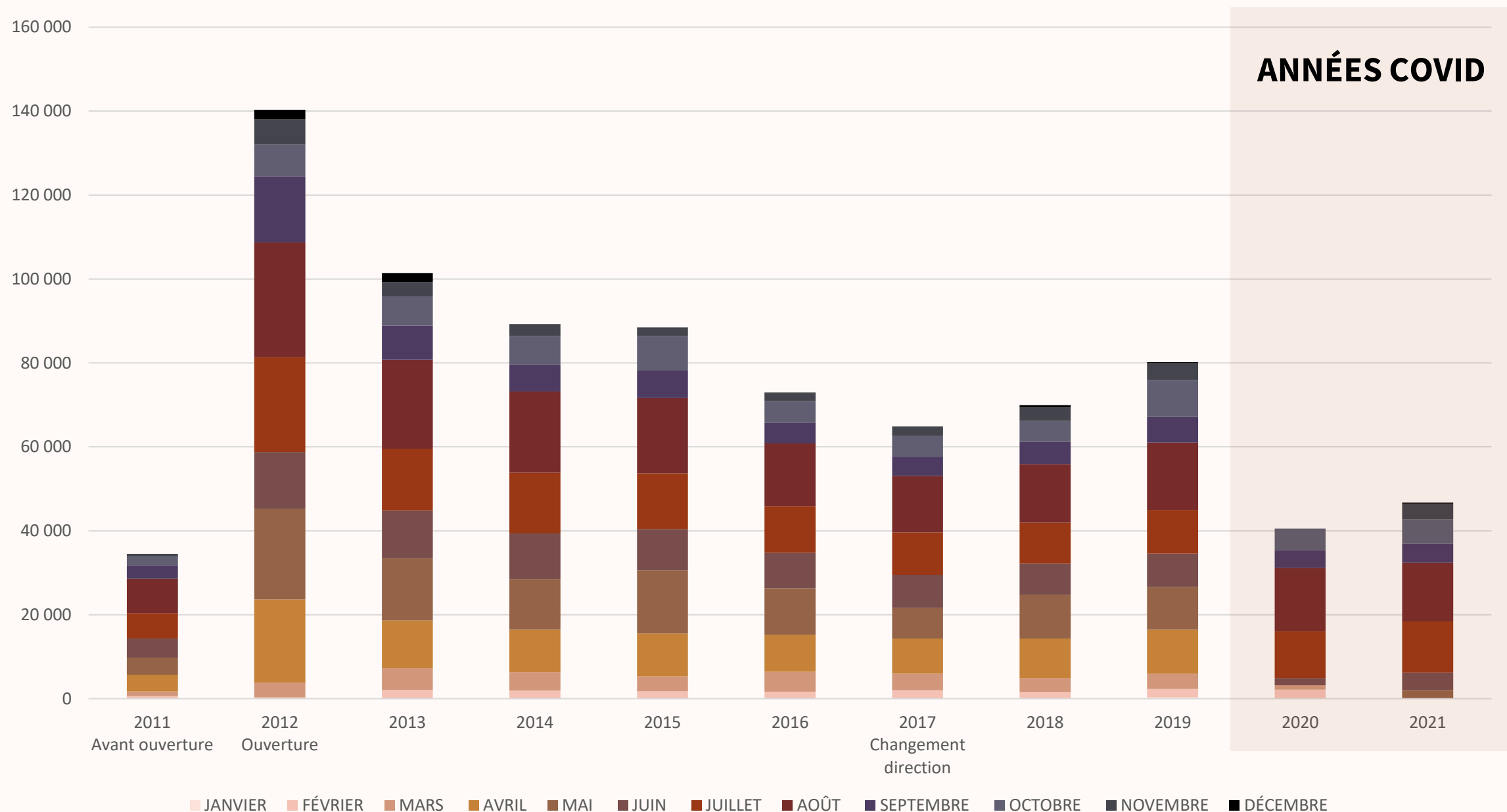
En moyenne, entre 2012 et 2022 :  
**1 visiteur du MuséoParc Alésia génère  
 12 € de chiffres d'affaires**

# La fréquentation

**880 000 visiteurs**  
de 2012 à 2022

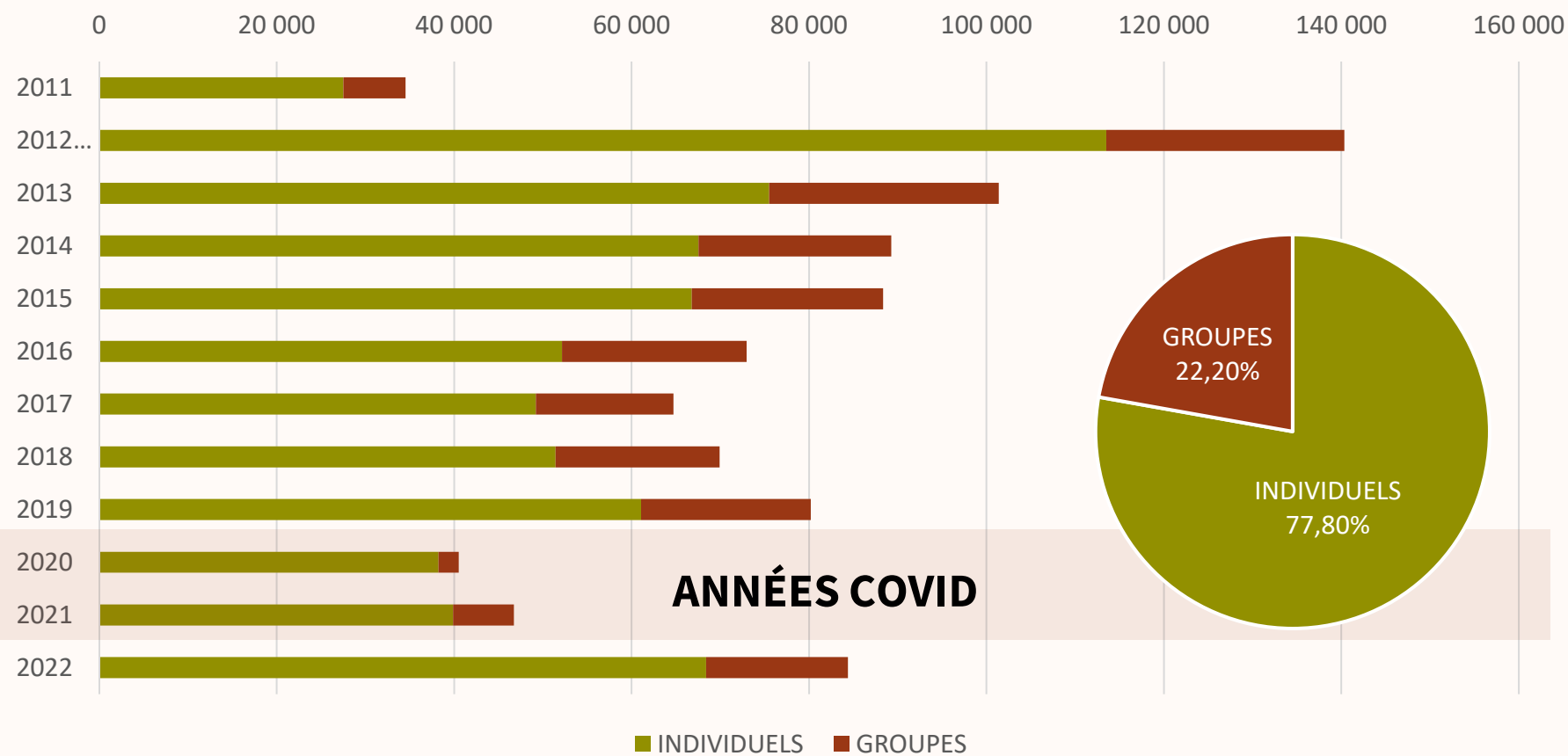
**124 000 visiteurs par an**  
attendus à l'ouverture en 2012

## ÉVOLUTION DE LA FRÉQUENTATION ET SELON LA PÉRIODE D'OUVERTURE



- Une fréquentation en forte baisse, l'effet inauguration passé.
- Une fréquentation en progression avant la période COVID, et notamment sur les avant-saison (avril, octobre, novembre)
- Une période estivale qui reste prédominante, mais qui a toutefois perdu en intensité

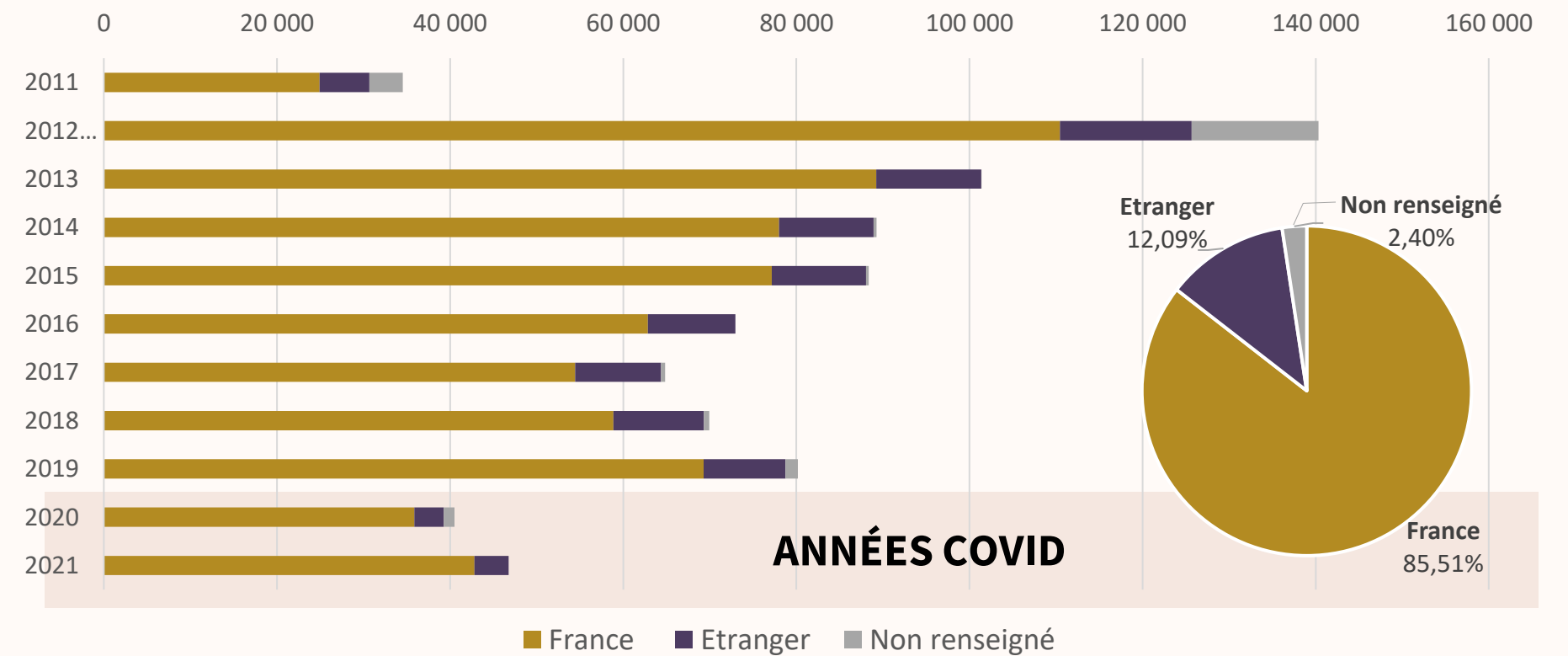
# La fréquentation



- Une **clientèle de groupe stable (25% en moyenne)**, hors années COVID.

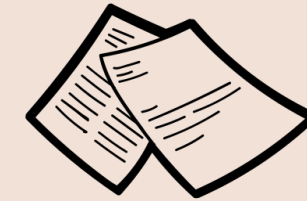
# RÉPARTITION DES PUBLICS SELON LEUR PROFIL

- Une **clientèle française** majoritaire, avec une part relativement stable de **clientèle régionale** (on note une tendance **à la hausse** à partir de 2017).





# L'enquête de notoriété



Étude des avis et commentaires web et réseaux sociaux  
Enquêtes satisfaction du MuséoParc Alésia  
Guides touristiques

## L'IMAGE PERÇUE PAR LES VISITEURS

### TRIPADVISOR

**MuséoParc Alésia**  
 ●●●●○ 583 • N° 1 sur 3 activités à Alise-Sainte-Reine • Musées d'histoire

**4.0** ●●●●○ 584 avis

Excellent	234
Très bon	260
Moyen	57
Médiocre	21
Horrible	12

**Note  
4 / 5**

### Évolution des avis :

**84 % d'avis positifs**

**avec une large représentation de familles.**

Un public conquis par la 1<sup>ère</sup> et la 2<sup>nde</sup> muséographie,  
 et qui a très bien accueilli les nouveaux dispositifs  
 numériques de la seconde muséographie

### GOOGLE

**MuséoParc Alésia**

Site Web Itinéraire Enregistrer Appeler

4,4 ★★★★★ 1 969 avis Google ⓘ  
 Site historique à Alise-Sainte-Reine

**Note  
4,4 / 5**

### Évolution des avis :

**Une grande majorité d'avis positifs**

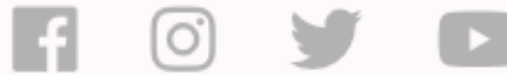
**et des avis négatifs presque inexistants**

**depuis le renouvellement de la scénographie**

Auparavant un manque d'objets historiques qui n'est plus critiqué  
 depuis le changement de scénographie

La variété des collections et des outils pédagogiques est saluée

# NOTORIÉTÉ AUPRÈS DU PUBLIC EN LIGNE



## FACEBOOK



11 055 personnes aiment ça  
 11 969 personnes sont abonnées  
 4 184 personnes ont visité ce lieu

4.9  
 Selon l'avis de 162 personnes

Note 4,9 / 5

## INSTAGRAM



museoparcalesia S'abonner

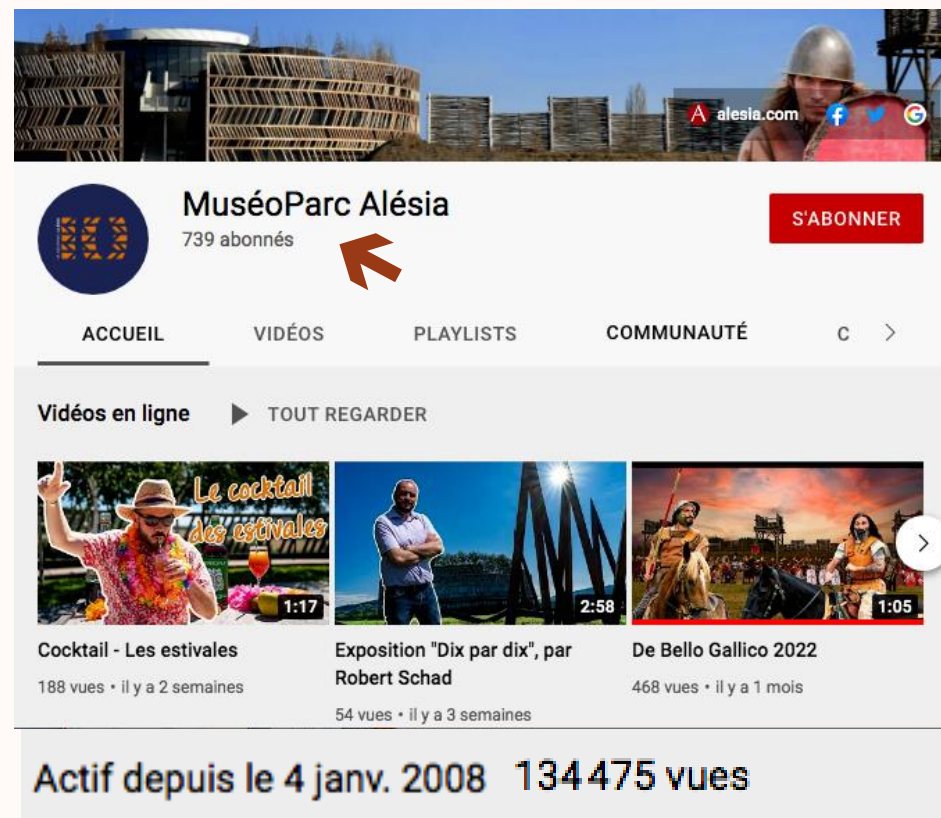
352 publications 3,176 abonnés 708 abonnements

MuséoParc Alésia  
 En plein cœur de la Bourgogne, revivez la célèbre bataille d'Alésia...  
 Partagez avec #MuseoParcAlesia  
 #VercingetorixAroundTheWorld  
[linktr.ee/museoparcalesia](https://linktr.ee/museoparcalesia)

## TWITTER



## YOUTUBE



### PAR QUELS BIAIS LES VISITEURS ONT EU CONNAISSANCE DU MUSÉOPARC ALÉSIA ?



Internet et les réseaux sociaux



Bouche-à-oreille



Brochures /flyers / affiches

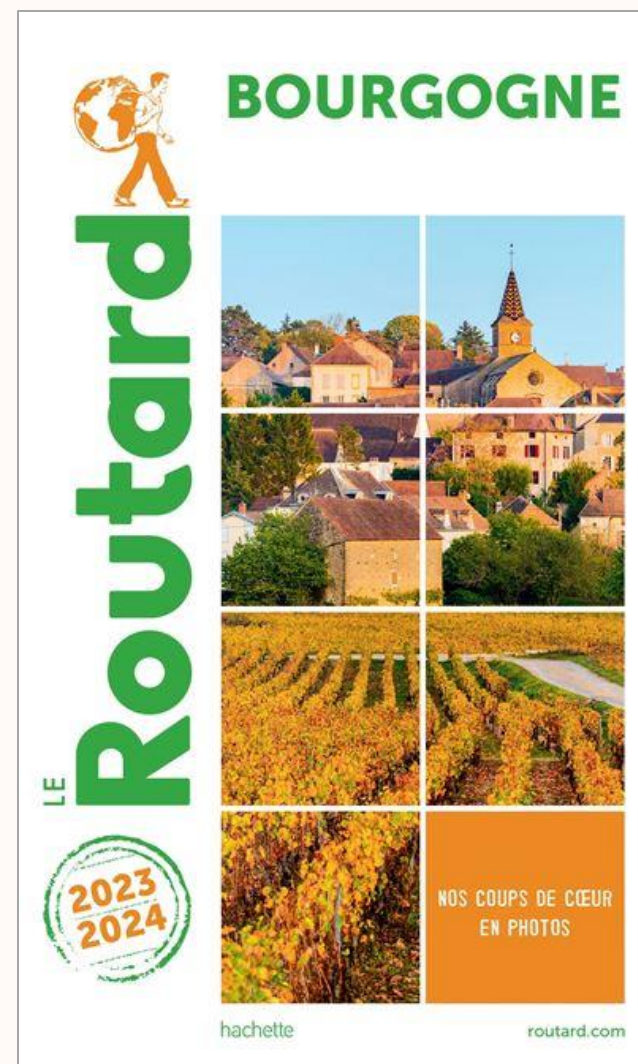


Médias (presse, radio, TV)



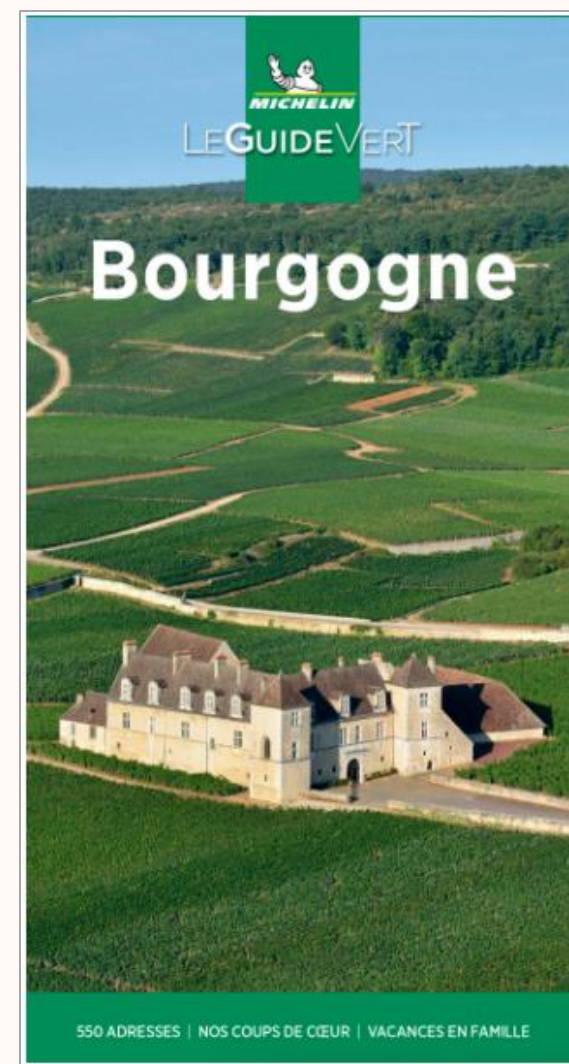
Offices de Tourisme et autres sites culturels

## L'IMAGE RELAYÉE PAR LES GUIDES TOURISTIQUES



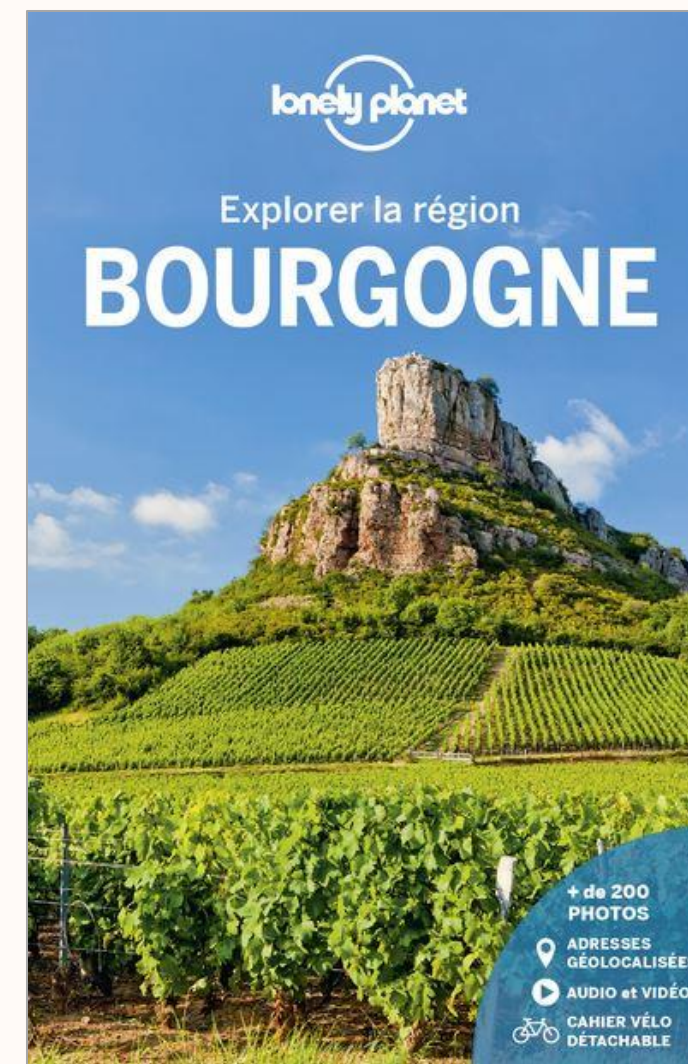
Pour la rédaction du Routard :

« **Le MuséoParc Alésia a rendu vie [...] à toute une microrégion** encore méconnue, alors qu'elle possède de véritables trésors patrimoniaux (l'abbaye de Fontenay, le château de Bussy-Rabutin, la Grande Forge de Buffon...). »



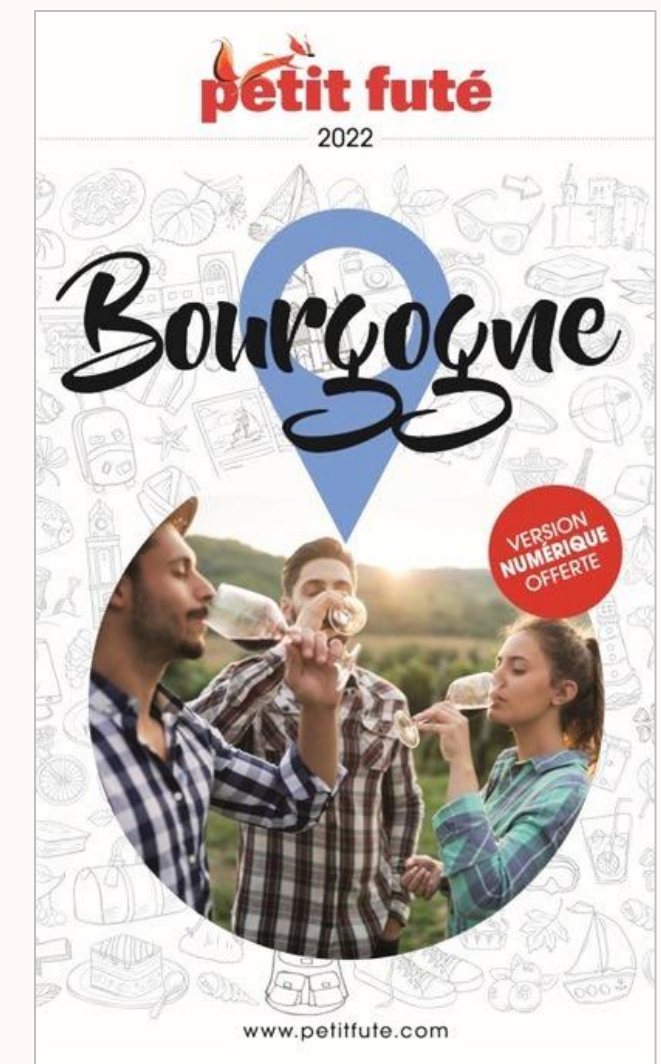
Pour la rédaction du Guide Vert :

Classé comme **un site qui « mérite le détour » (★★/★★★★)** parmi 9 autres sites en Côte d'Or.



Pour la rédaction du Lonely Planet :

Le MuséoParc Alésia fait partie des **10 expériences incontournables à faire en Bourgogne.**



Pour la rédaction du Petit Futé :

« Une expérience immersive où il n'est pas impossible de croiser Vercingétorix en personne, dans une version hologramme ! »

Noté **★★/★★★★**

**L'ENQUÊTE DE NOTORIÉTÉ**  
**CONCLUSION**

*« très moderne »*

*« expérience immersive »*

*« captivant »*

**Une image en ligne très positive  
et des internautes majoritairement ravis**

**Des guides touristiques qui font du MuséoParc Alésia  
un site incontournable à voir en Côte d'Or**

*« parcours pédagogique »*

*« une vue superbe sur les paysages de l'Auxois »*

*« concept grandiose par son architecture et très novateur »*

MUSÉOPARC ALÉSIA



# Le retour des professionnels

*Entretiens*

## PAROLES D'ACTEURS

Les différents entretiens menés en tête à tête avec une trentaine d'acteurs de terrain (responsables de sites, OT, hébergeurs, restaurateurs, commerçants...) mettent notamment en avant les éléments suivants :

- Plusieurs postes et établissements (hébergements) ont été créés en lien direct avec le MuséoParc Alésia (18% des personnes interrogées)
- Plusieurs acteurs estiment que la création du MuséoParc Alésia a directement contribué à l'augmentation de leur activité (moins d'un tiers de l'échantillon).
- **Environ 2/3 des personnes interrogées estiment que le MuséoParc Alésia a eu un impact observable sur leur activité**
- Une très grande majorité des personnes interrogées estiment que **le MuséoParc Alésia a contribué à faire connaître le territoire de l'Auxois.**
- Plusieurs acteurs rencontrés regrettent que **les sites de visite du territoire ne travaillent pas encore assez ensemble.**
- **Plusieurs attentes liées au MuséoParc Alésia** ont été exprimées à plusieurs reprises : animations plus régulières hors les murs, rapprochement avec le Parc de l'Auxois, utilisation renforcée de l'auditorium et du site comme équipement culturel, création d'un hébergement thématique insolite...



Observations positives



Observations mitigées



Observations négatives

## PAROLES D'ACTEURS : RETOUR IL Y A 10 ANS...

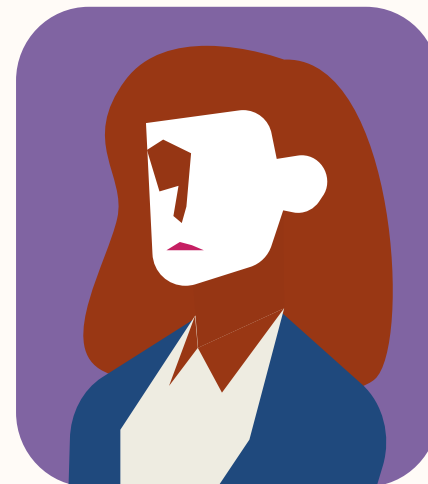


« Mon poste a directement été créé en lien avec l'ouverture du MuséoParc Alésia »



« J'ai ouvert mon hôtel en prévision de la création du MuséoParc Alésia »

« J'ai ouvert mon gîte, du fait de la création du MuséoParc Alésia »



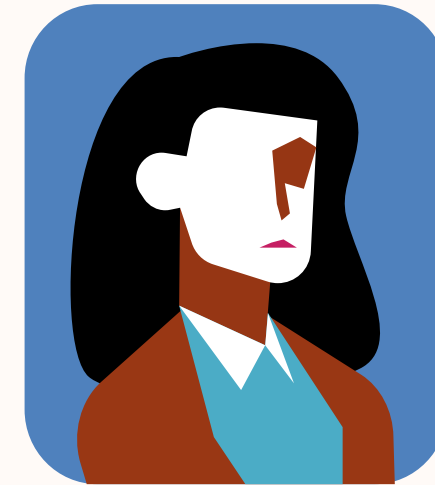
« J'ai saisi l'occasion de l'ouverture du MuséoParc Alésia pour ouvrir mon restaurant »



## PAROLES D'ACTEURS : DES EFFETS POSITIFS OBSERVÉS



« Mon CA n'a cessé d'augmenter depuis la création du MuséoParc Alésia »



« Le MuséoParc Alésia génère 10 % des mes nuitées »

« J'estime que 20 à 25 % de ma clientèle visite le MuséoParc Alésia (80 % l'été) »



« Les clients du MuséoParc Alésia, c'est environ 10 % de ma clientèle et de mon CA »



## PAROLES D'ACTEURS : PAS D'EFFET OBSERVÉ



« Il n'y a pas eu d'effet positif sur mon activité. Le restaurant n'achète pas mon vin »



« Le MuséoParc Alésia n'a pas directement contribué au développement de mon site »



La présence du MuséoParc Alésia n'a pas eu d'effet positif identifié sur notre site »



« Le MuséoParc Alésia ne m'apporte aucun client. Nous n'avons pas la même clientèle »

## PAROLES D'ACTEURS : DES AVIS POSITIFS PARTAGÉS

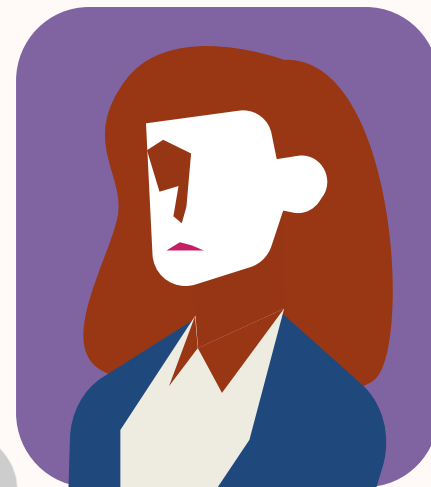


« Le MuséoParc Alésia contribue à l'attractivité globale de l'Auxois, y compris depuis peu des Dijonnais »



« Le MuséoParc Alésia est un vrai moteur pour faire venir les familles en Auxois »

« Le MuséoParc Alésia a des moyens de communication et de promotion qui profitent à tous »



« La création du MuséoParc Alésia a relancé la fréquentation sur cette partie du Département à un moment où elle déclinait »

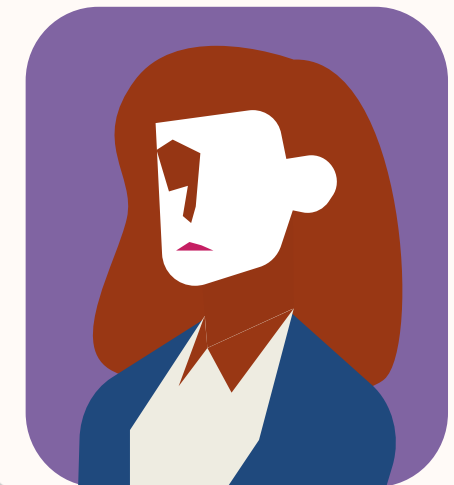


## PAROLES D'ACTEURS : DES AVIS CRITIQUES



« Les différents sites de visite du territoire ne travaillent pas encore assez ensemble »

« Les espaces extérieurs du MuséoParc Alésia - hors animations - ne sont pas encore assez valorisés »



« Les retombées économiques du MuséoParc Alésia sur le territoire sont limitées par l'absence d'un hôtel de capacité suffisante »

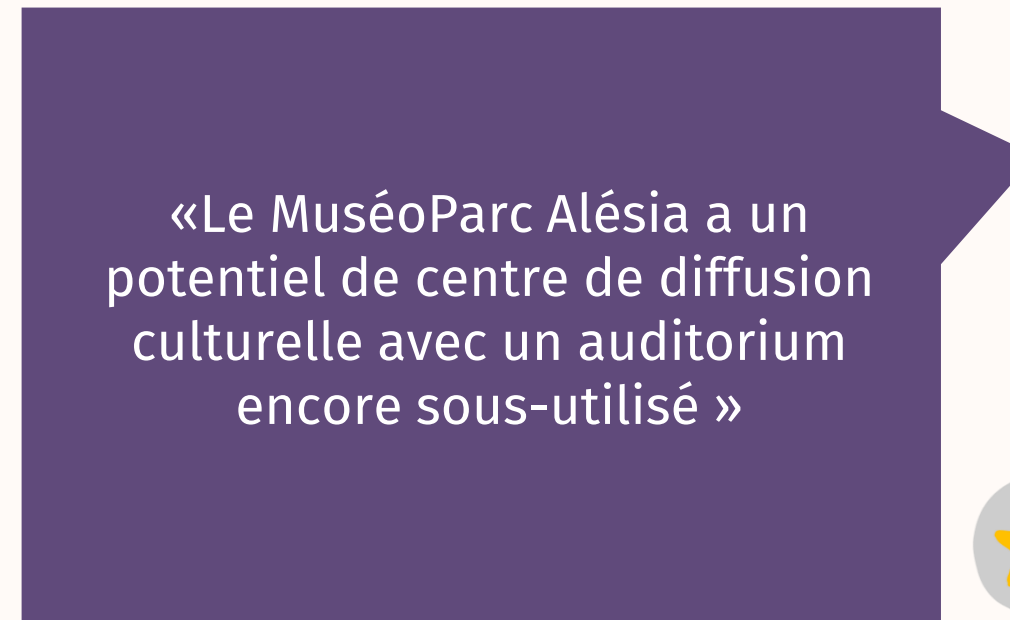


« Même si son offre s'est améliorée, le restaurant du Muséoparc ne valorise pas assez les produits locaux »

## PAROLES D'ACTEURS : DES ATTENTES ET SUGGESTIONS



« Le MuséoParc Alésia et le Parc de l'Auxois qui attirent tous les deux une clientèle familiale devraient davantage travailler ensemble »



« Le MuséoParc Alésia a un potentiel de centre de diffusion culturelle avec un auditorium encore sous-utilisé »



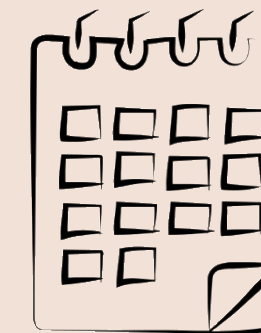
« Il faut développer l'offre hors les murs (parcours thématiques, aires de jeux...) »



« Il faudrait créer un hébergement insolite et thématisé associé au MuséoParc Alésia »



## Le retour des professionnels

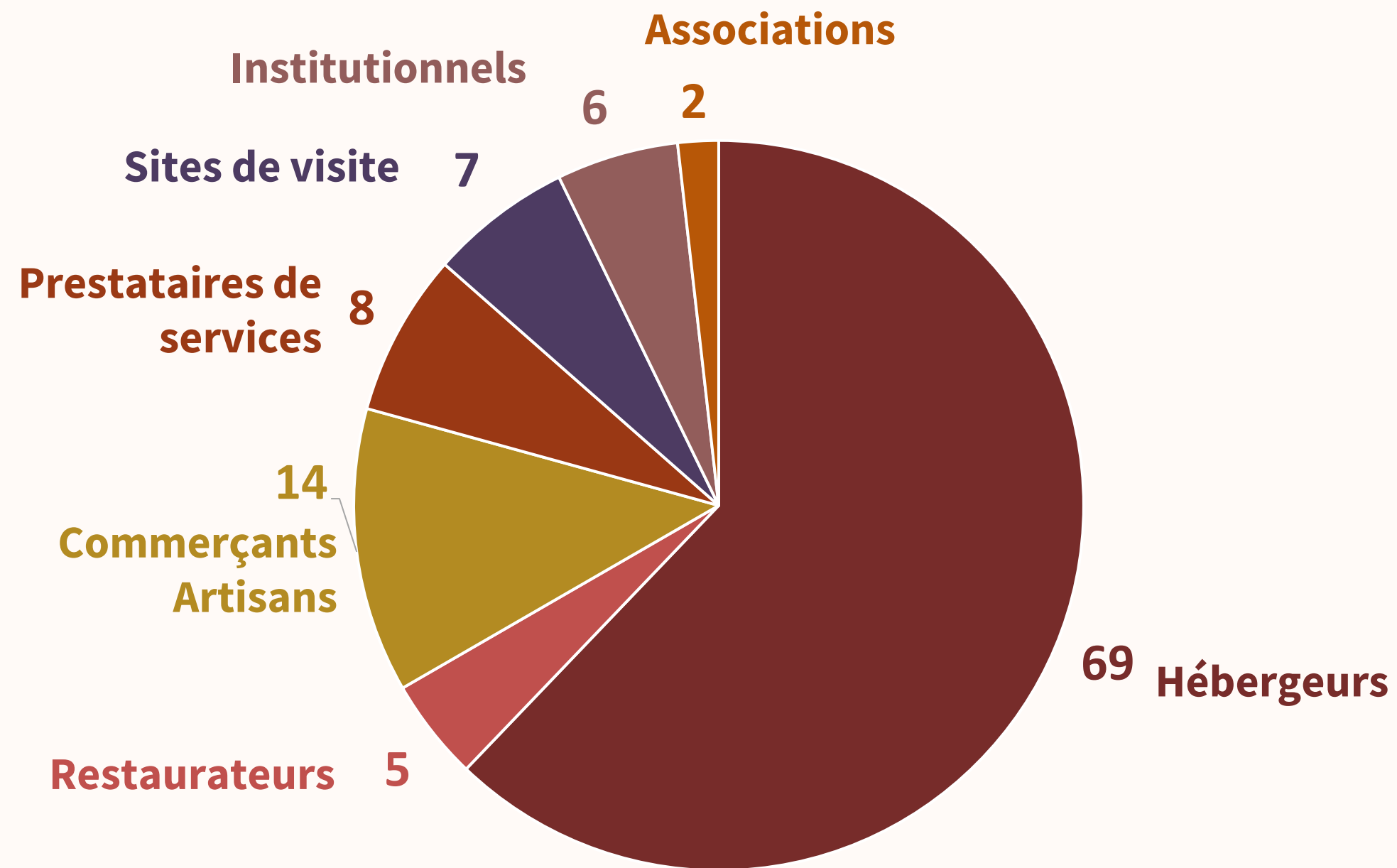


24.06.2022 : Lancement de l'enquête

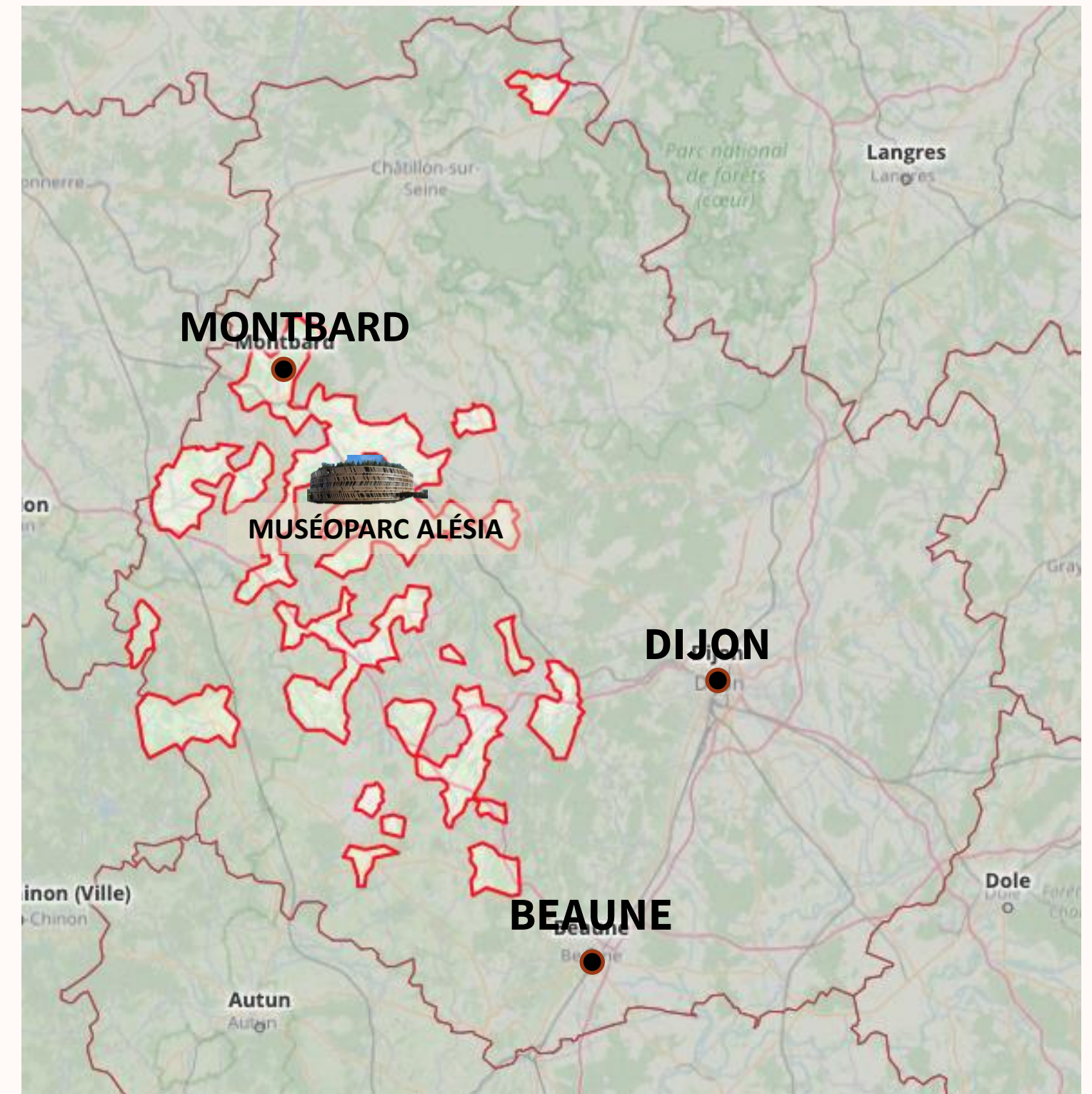
**111** réponses collectées (au 03.10.2022)

*Sondage par emailing*

## Profil des répondants



Un intérêt fort porté par les acteurs au plus près du MuséoParc Alésia et sur l'axe Beaune-Montbard.



## Notoriété et impact d'attractivité pour le territoire

**17 % des établissements créés avant 2012**

disent avoir entrepris des **investissements au moment de l'ouverture** du MuséoParc Alésia

**Une difficulté pour identifier le niveau d'impact et en évaluer la nature.**

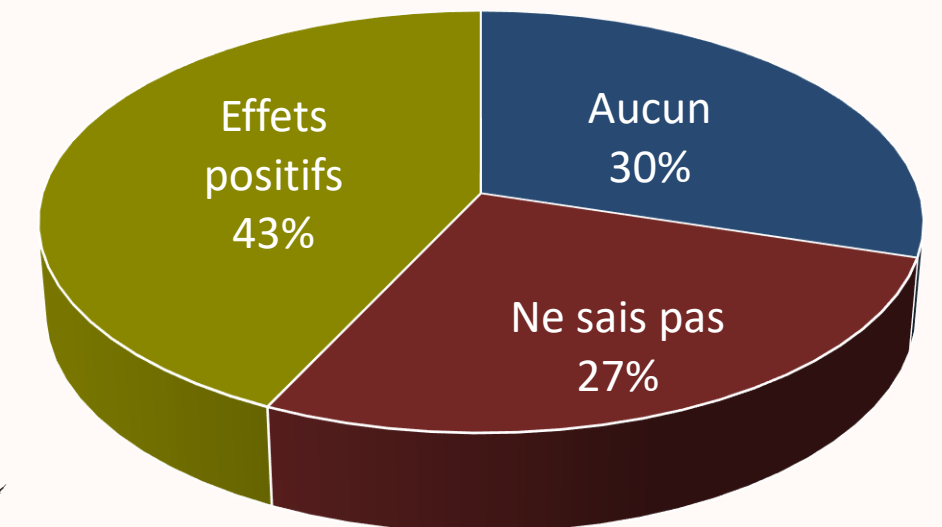
**28 %** des répondants estiment que le MuséoParc Alésia n'a eu ni d'effet positif, ni d'effet négatif sur leurs activités !

### EFFETS POSITIFS RESSENTIS

Un **apport de clientèle** (57 %)

De **l'attractivité** (18 %)\*

Une **augmentation du chiffre d'affaires** (12 %)



### Dans l'ensemble, un ressenti positif des professionnels

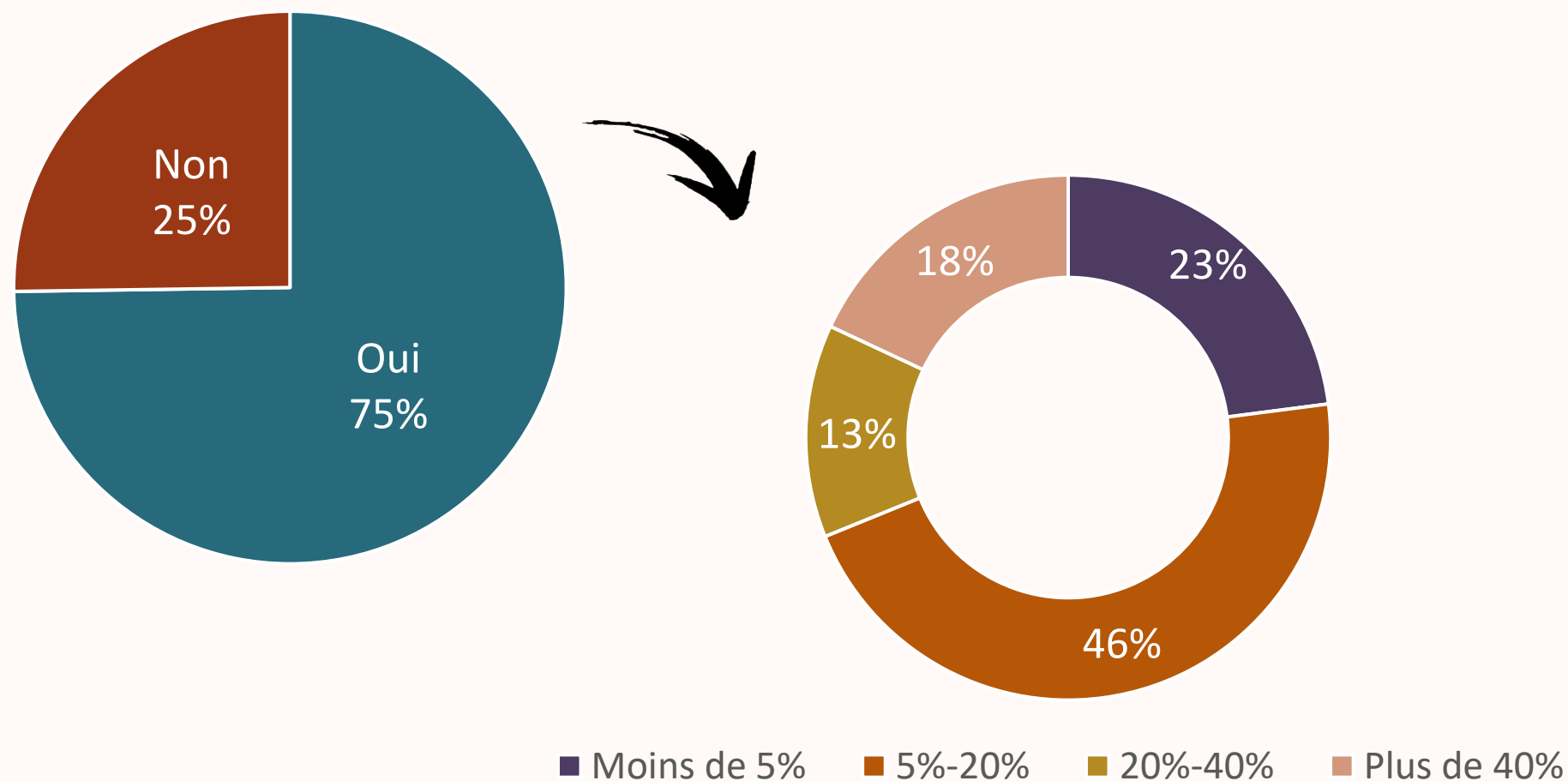
- Pour ceux qui estiment que le MuséoParc Alésia a eu un impact sur leur activité, **aucun ne déclare d'effets négatifs.**
- Parmi ceux qui estiment que le MuséoParc Alésia n'a pas eu d'impact sur leur activité, **87% ne déplorent ni d'effets négatifs ni de baisse du chiffres d'affaires.**

# FOCUS EFFETS POSITIFS

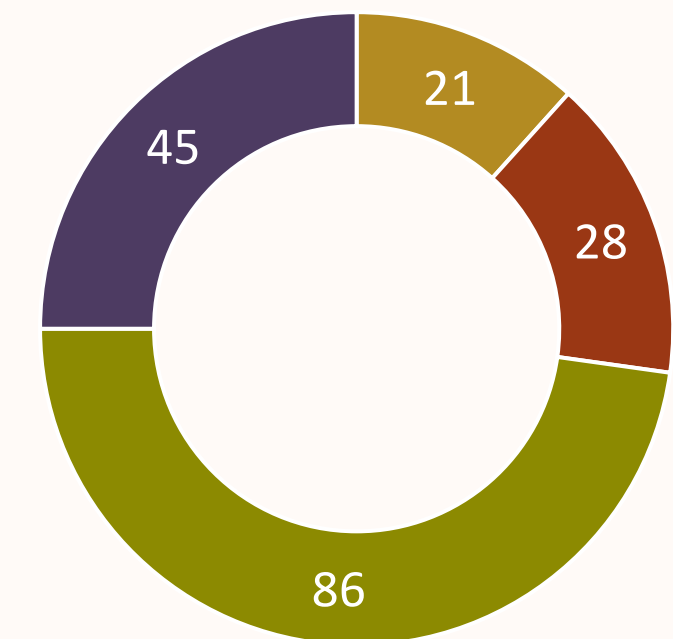
## 1. UN APPORT DE CLIENTÈLE

*N.B. : Les statistiques peuvent être biaisées par le profil des répondants, majoritairement des hébergeurs, et donc accueillant par définition des clientèles plus lointaines.*

### ACCUEIL DE VISITEURS DU MUSÉOPARC ALÉSIA ?



- Clientèle locale (Auxois)
- Clientèle régionale (BFC)
- Clientèle nationale (France)
- Clientèle étrangère



**Près de la moitié** de ceux qui disent accueillir des visiteurs du MuséoParc Alésia estiment à **moins de 10 %** la part de ces visiteurs parmi leur clientèle

### Une part de clientèle « lointaine » plus forte

par rapport aux statistiques du site :

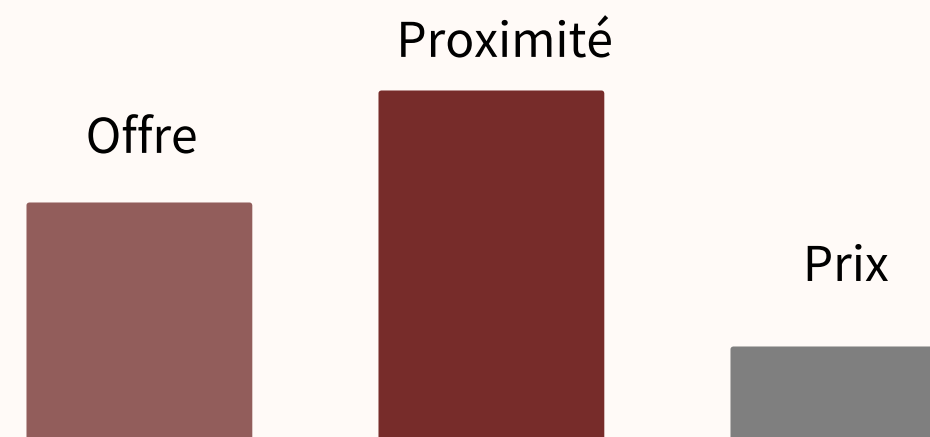
- 25 % d'étrangers / 12,5 % au MuséoParc Alésia
- 12 % de clientèle locale / 30 % au MuséoParc Alésia

# FOCUS EFFETS POSITIFS

## 1. UN APPORT DE CLIENTÈLE

*Pourquoi leurs clients choisissent-ils d'aller au MuséoParc Alésia ?*

### LES MOTIVATIONS



**53%**

En famille



**25%**

En couple



**14%**

Entre amis



**4%**

En groupe organisé



**2%**

Seul



## FOCUS EFFETS POSITIFS

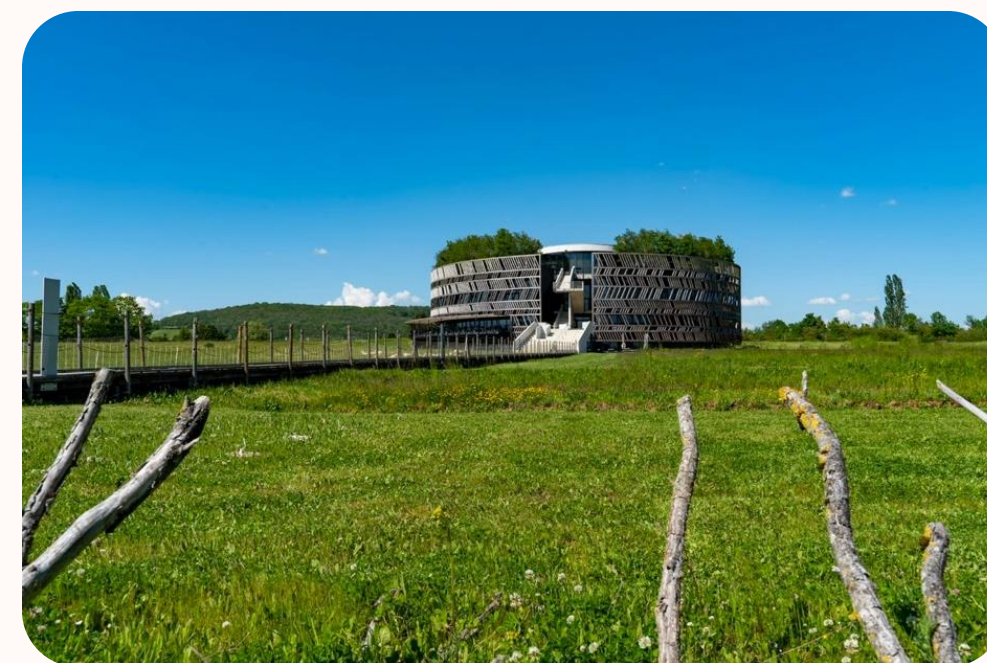
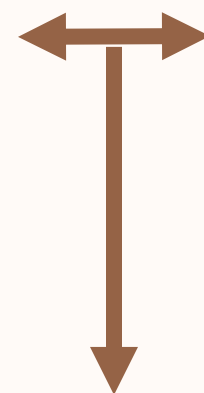
### 2. DE L'ATTRACTIVITÉ

## Globalement, une image positive :

Moins de 5 % des participants ont une image négative du MuséoParc Alésia

25 % ont toujours eu une image positive du site depuis son ouverture !

## PERCEPTION DU MUSÉOPARC ALÉSIA



**80** répondants disent avoir changé leur perception sur le MuséoParc Alésia.



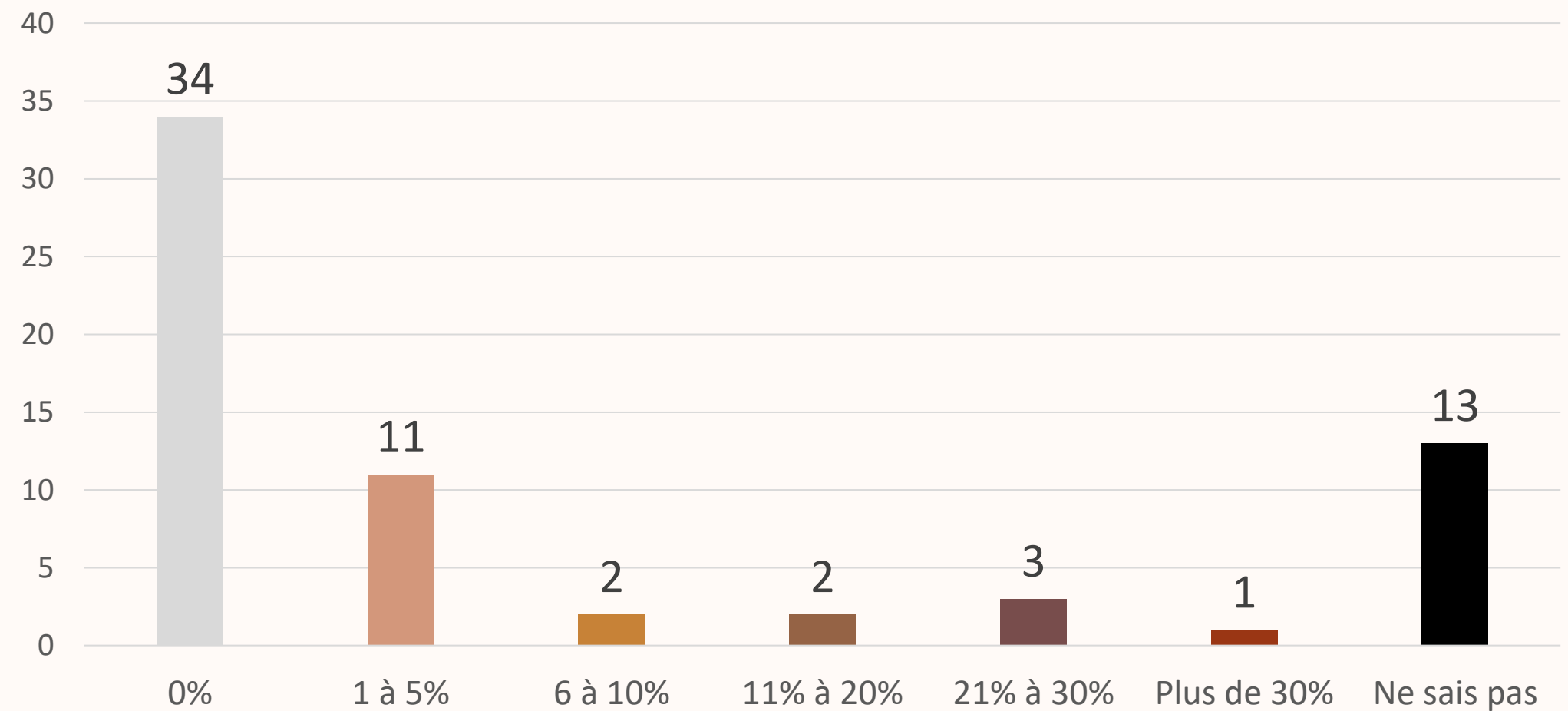
**70 %** d'entre eux **en positif**

## FOCUS EFFETS POSITIFS

### 3. DU CHIFFRE D'AFFAIRES



**40%** des répondants ne se sont pas prononcés



#### ET LES EFFETS NÉGATIFS DANS TOUT CELA ?

- **87% des répondants** estiment que le MuséoParc Alésia n'a **pas eu d'effets négatifs** sur leur activité.
- **11% disent ne pas savoir** si la création et le développement du MuséoParc Alésia ont eu un effet négatif sur leur activité.



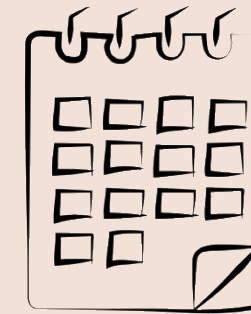
Sur les 2 % restants, les effets négatifs identifiés :  
le **changement de comportement des visiteurs**

# LE MUSÉOPARC ALÉSIA, C'EST QUOI POUR VOUS ?





## L'enquête visiteurs

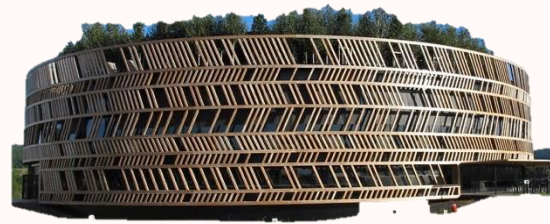


**234** réponses comptabilisées

L'enquête s'est tenue du 09.07 au 11.08.2022  
4 jours administrés par l'agence les 09, 10, 15 juillet et 02 août  
Relais par l'équipe Accueil du MuséoParc Alésia les autres jours

## Profil des répondants

## QUELQUES CHIFFRES CLÉS CONCERNANT LE PUBLIC DU MUSÉOPARC ALÉSIA



**49 %**

ont été sondé lors d'un évènement estival



**Une attractivité renforcée**



**72 %**

Des visiteurs disent être venus **spécifiquement** pour visiter le MuséoParc Alésia



**26 %**

sont du territoire



**Un public touristique plus important sur la période estivale**



**70 %**

sont venus en famille



**Une spécificité reconnue : les activités pour les enfants**



**80 %**

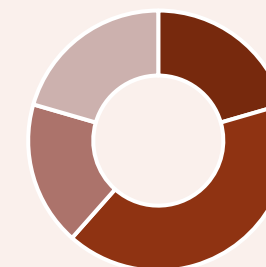
sont des primo-visiteurs du MuséoParc Alésia

..... don  
t

**76 %**

sont venus spécifiquement pour le MuséoParc Alésia

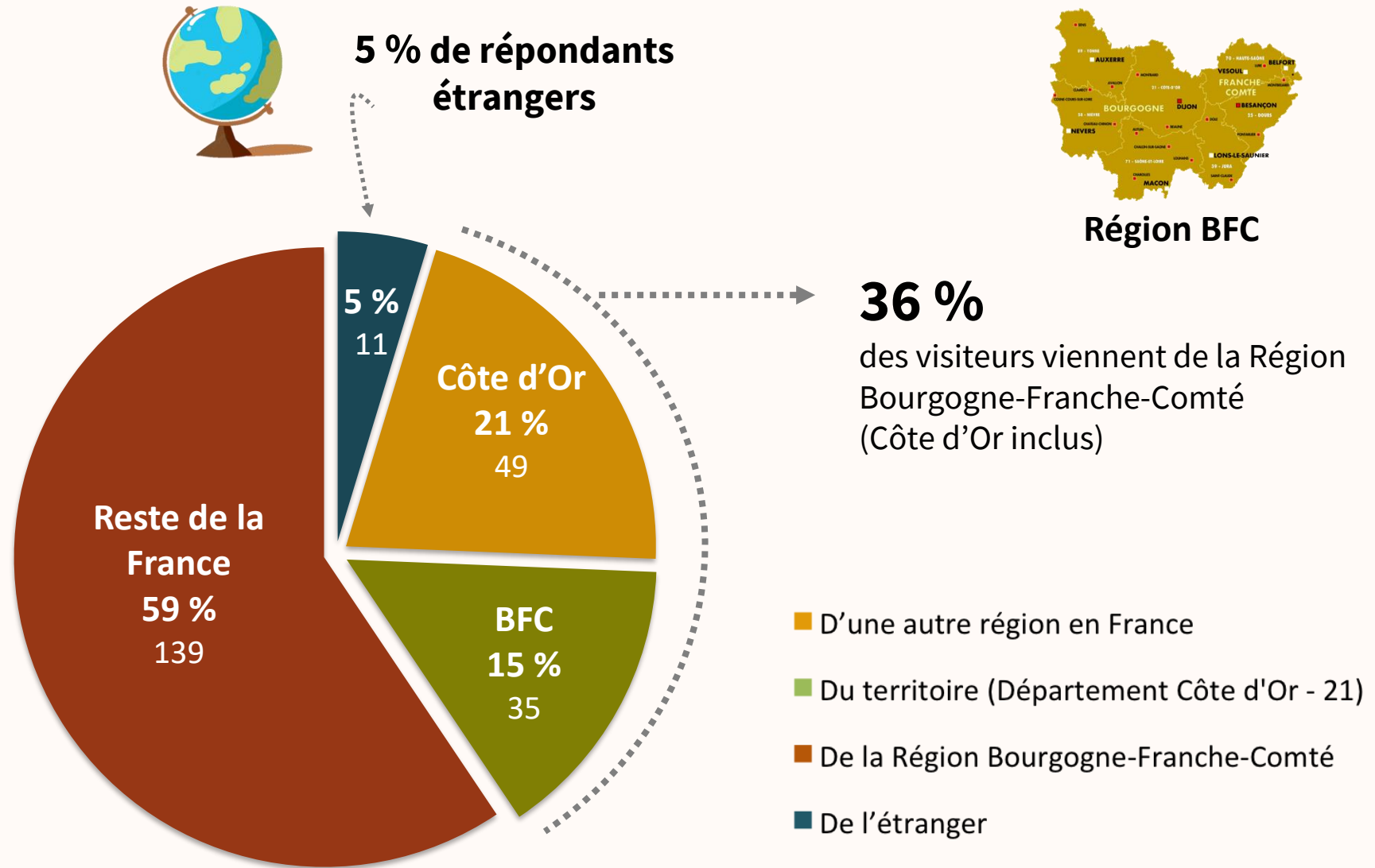
les repeaters étant eux déjà venus il y a :



■ Moins d'un 1 an	21 %
■ 1 à 5 ans	41 %
■ 5 à 10 ans	18 %
■ Plus de 10 ans	20 %

## Profil des répondants

## L'ORIGINE DES VISITEURS DU MUSÉOPARC ALÉSIA



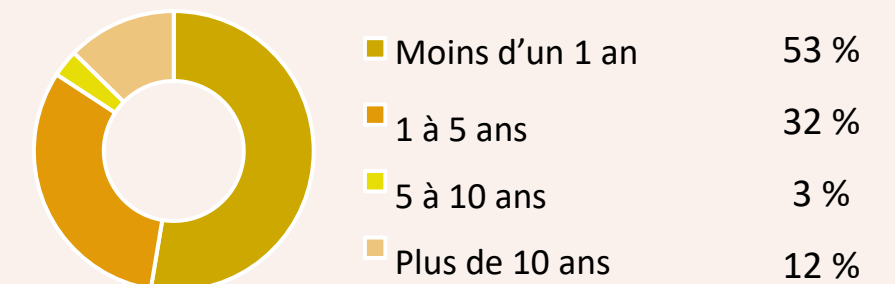
**Le MuséoParc Alésia est, sans conteste, un site phare :**

**Il attire de nouveaux visiteurs sur le territoire, puisque plus d'un visiteur sur deux, parmi ses publics, vient sur le territoire avant tout pour visiter ce site culturel.**

**48%** des répondants viennent pour la première fois sur le territoire

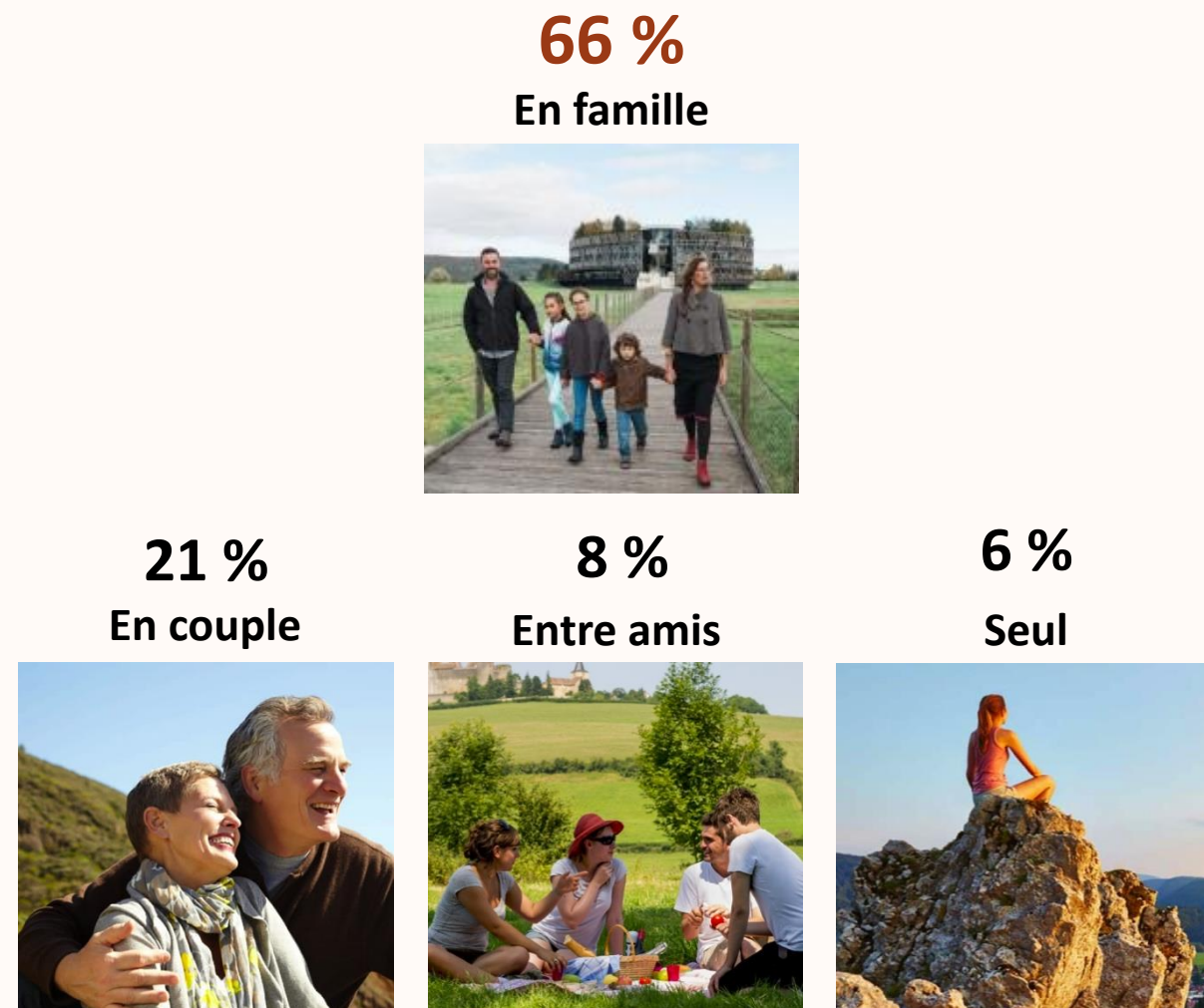
**64 %** sont venus spécifiquement pour le MuséoParc Alésia

les autres répondants étant déjà venus sur le territoire il y a :

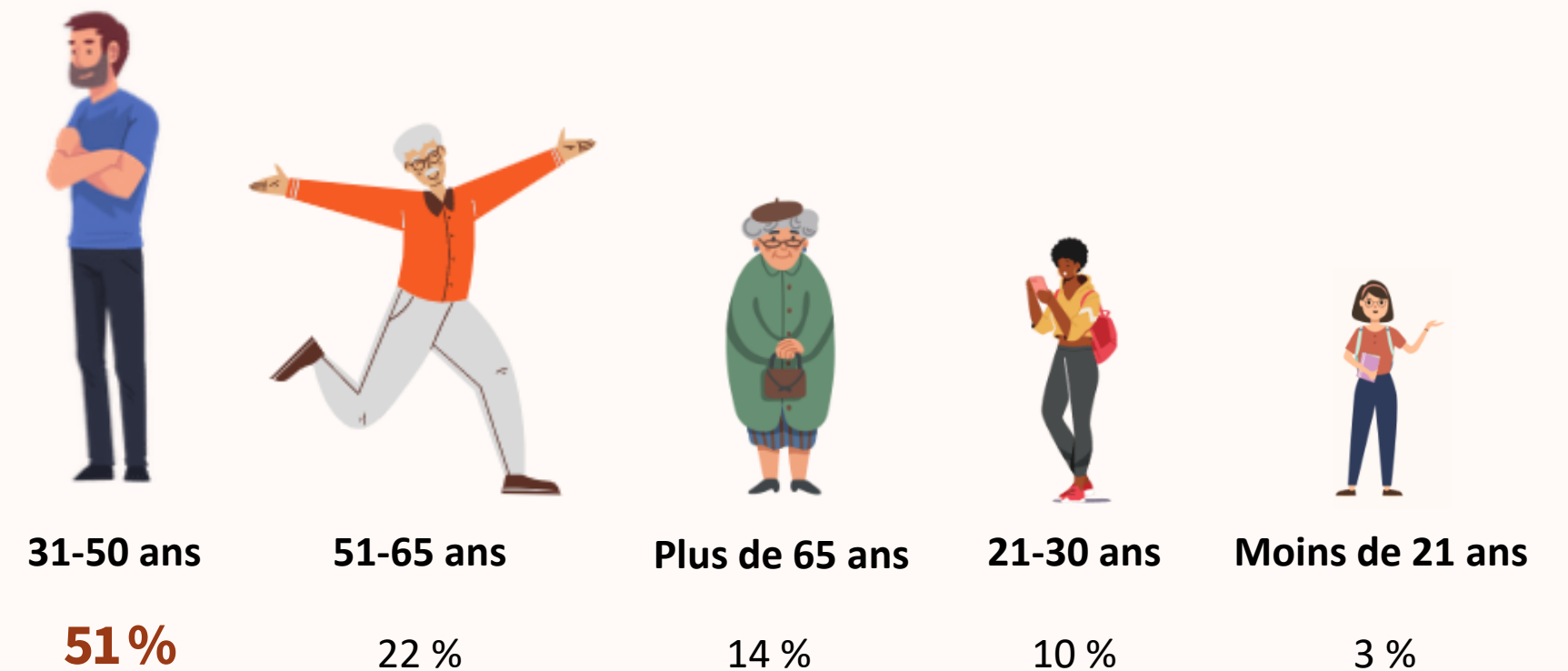


## Profil des répondants

## LES TYPES DE PUBLIC DU MUSÉOPARC ALÉSIA



## LA COURBE DES ÂGES



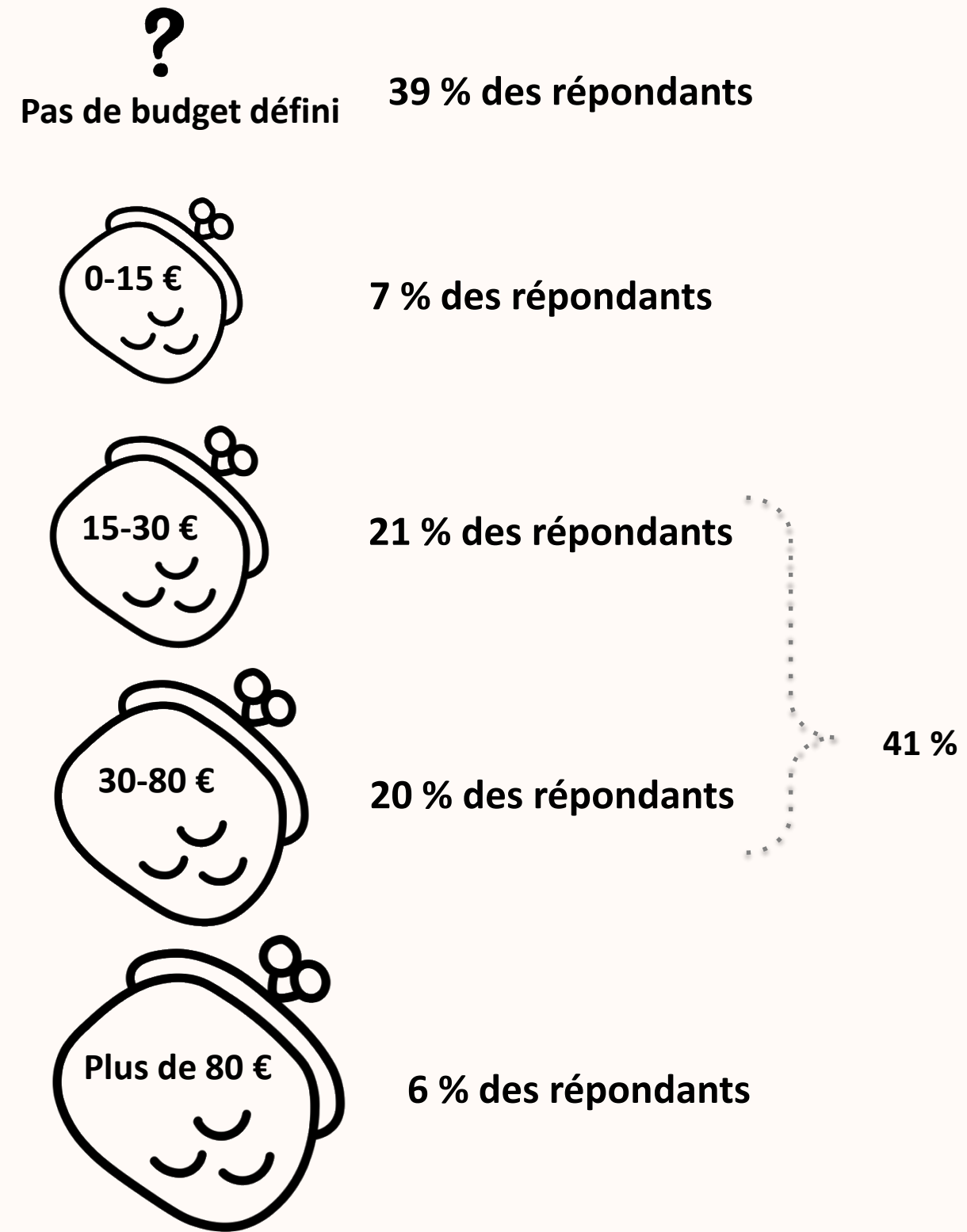
*A noter que lorsqu'on s'intéresse aux primo-visiteurs ou aux publics venus spécifiquement sur le territoire pour le MuséoParc Alésia, les chiffres sont sensiblement les mêmes.*

*Parmi les repeaters, les plus de 51 ans représentent presque autant que les familles, à raison de 40 % contre 45 %*

*Parmi les personnes qui ne se sont pas déplacées en premier lieu pour ce site, on retrouve 37 % de couples contre 55 % de familles*

**Le cœur des publics est majoritairement constitué de familles dont les parents ont entre 31 et 50 ans.**

## Budget et consommation sur place



7 % non renseignés

## BUDGET DÉCLARÉ POUR LA JOURNÉE DE VISITE, PAR PERSONNE ET HORS BOUTIQUE

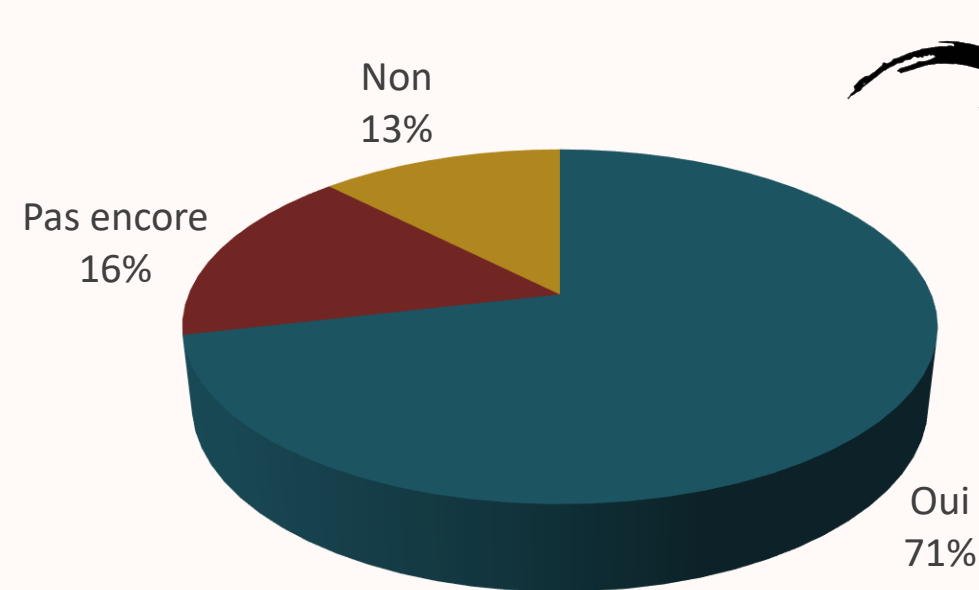


## Budget et consommation sur place

## LES VISITEURS ET LA BOUTIQUE DU MUSÉOPARC ALÉSIA

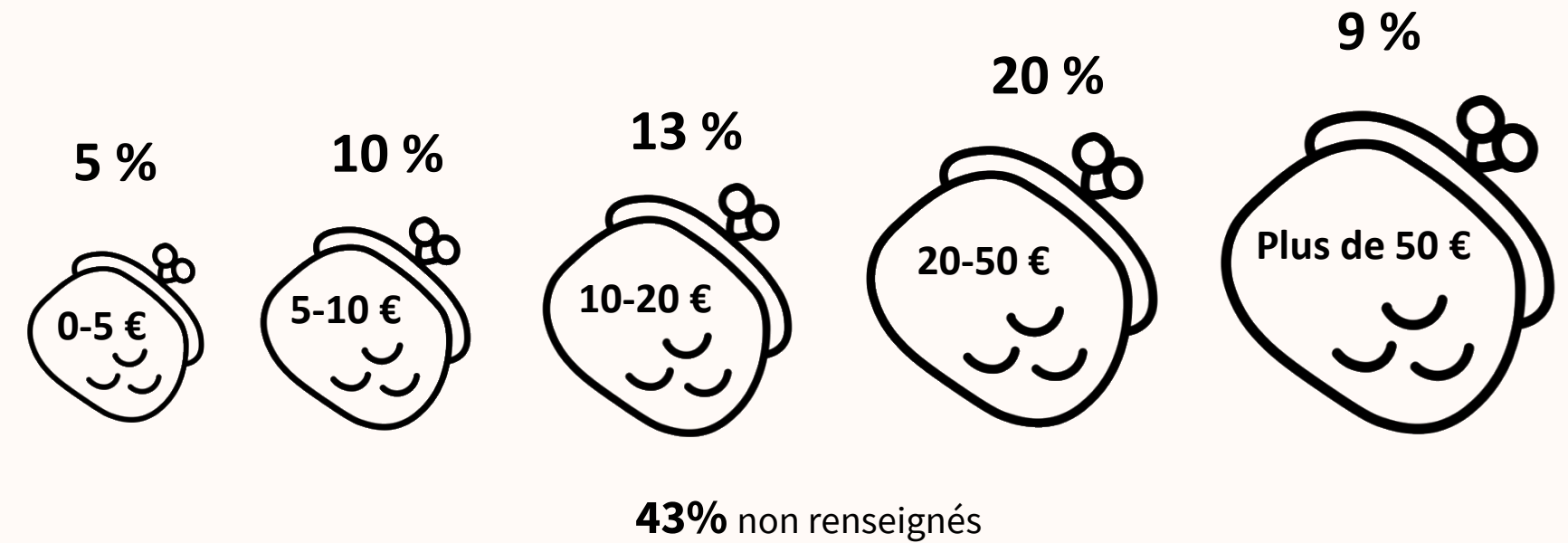


### PASSAGE PAR LA BOUTIQUE



**71 %**  
Consomment en boutique\*  
*et parmi les repeaters,  
68 % repassent  
par la boutique !*

### BUDGET DES VISITEURS PASSÉS PAR LA BOUTIQUE



Parmi les **primo-visiteurs** venus spécifiquement sur le territoire pour le MuséoParc Alésia, 55 % sont allés à la boutique ou pensent y passer en fin de visite.

Parmi les personnes passées à la boutique du site, **76 % ont effectué un achat.**

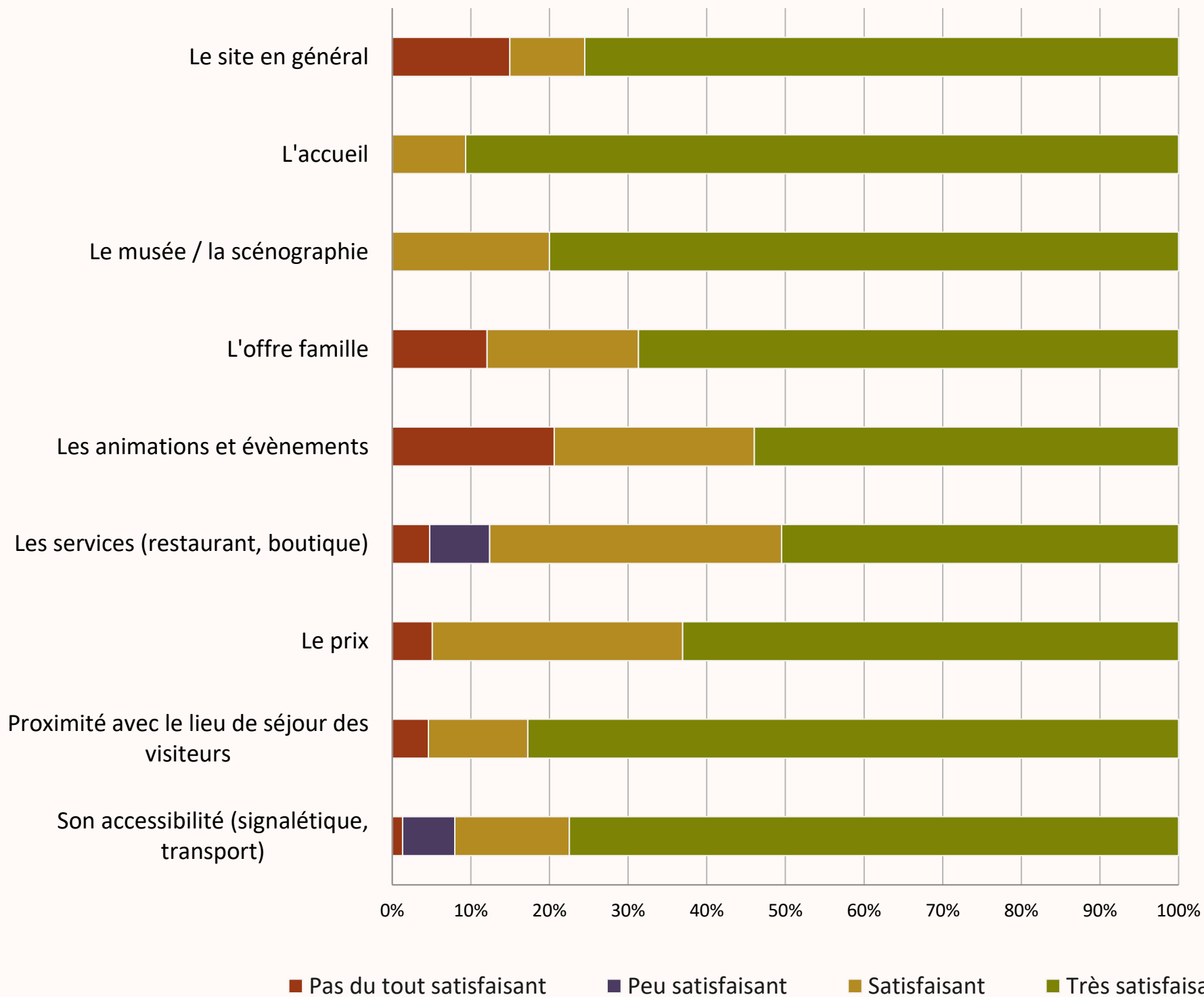
Le **taux de captation** des visiteurs passés en boutique est ici meilleur que le taux de captation sur une année entière (21 % en 2019, 23 % en 2020...) ce qui laisse penser que ce taux est **plus fort en période estivale.**

*A noter que le ticket moyen en boutique était de :*  
13,90 € TTC en 2019  
15,93 € TTC en 2020  
16,43 € TTC en 2021

# Satisfaction des répondants

## QUELQUES CHIFFRES CONCERNANT LA SATISFACTION DES VISITEURS

### Appréciations des visiteurs

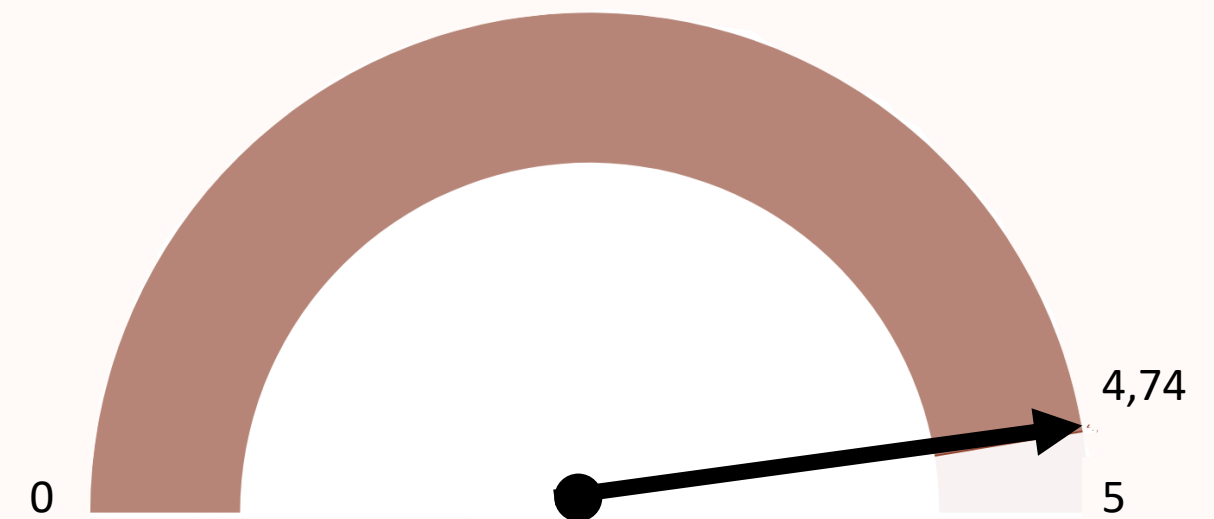


**85 % de visiteurs satisfaits**

**Points positifs :** l'accueil et la scénographie du musée

**Points d'amélioration :** les animations et événements

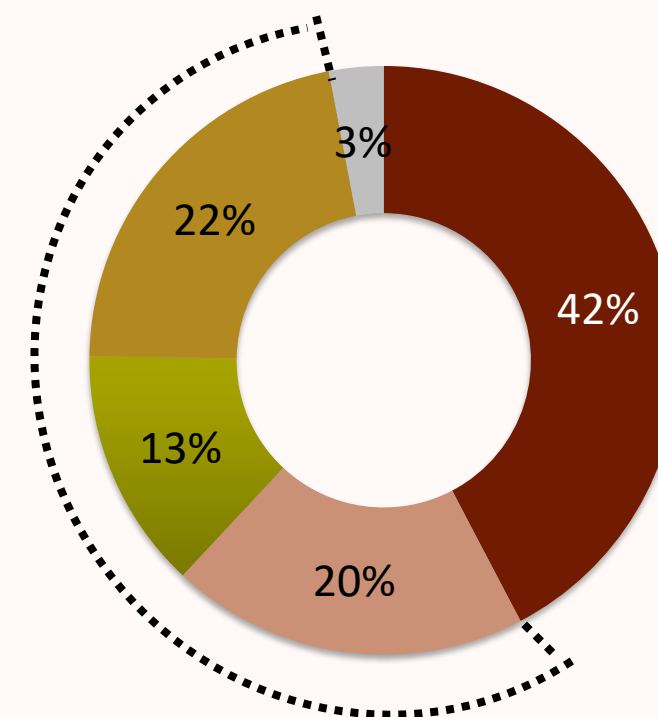
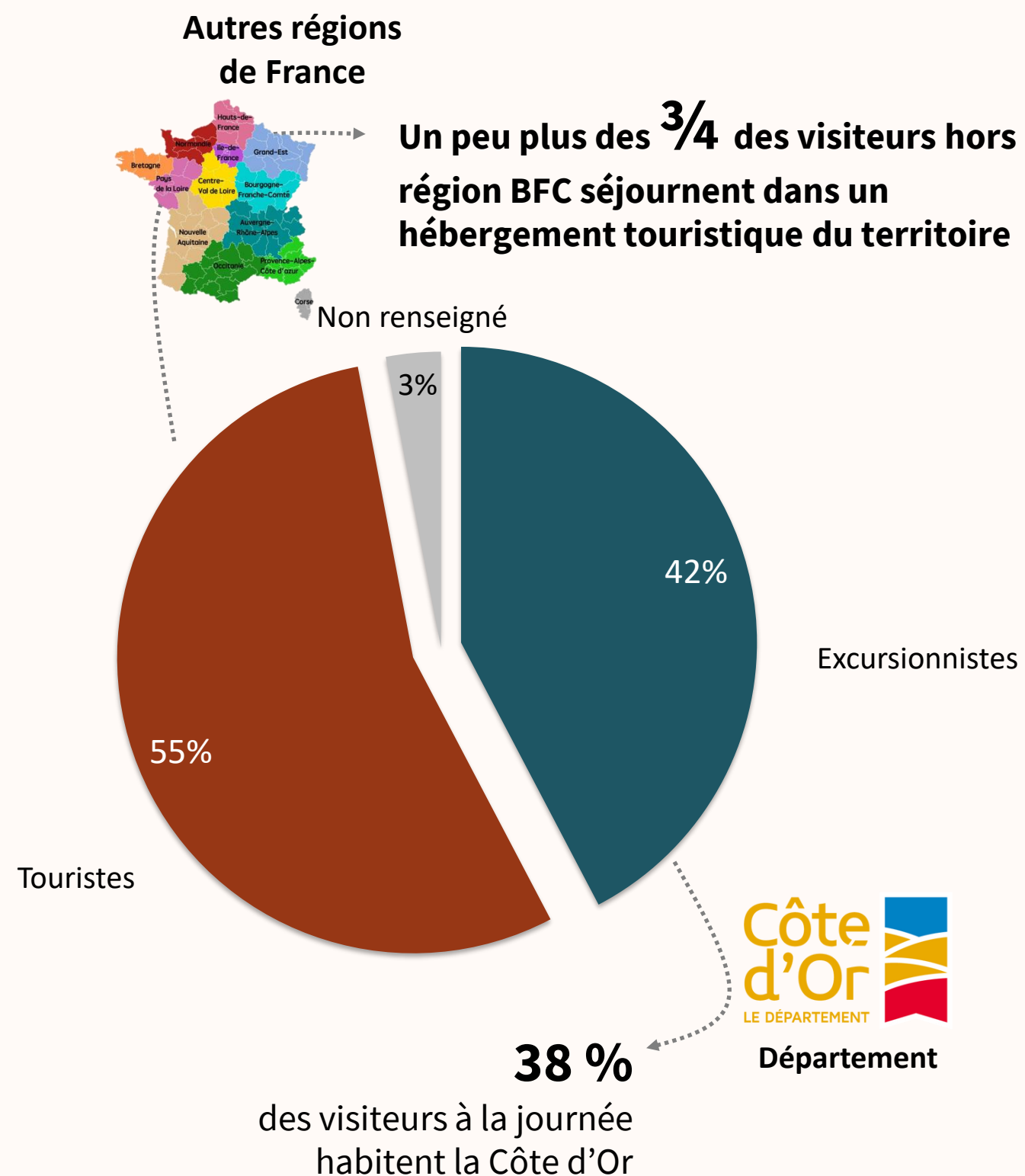
**Les personnes sondées recommandent le MuséoParc Alésia :**



**Un taux de satisfaction très positif chez les visiteurs du MuséoParc Alésia qui recommandent fortement le site à leur entourage**

## Budget et consommation sur le territoire

## LE PUBLIC DU MUSÉOPARC ALÉSIA SÉJOURNE SUR LE TERRITOIRE



Les répondants sont venus :

- Pour la journée
- Pour un séjour de 2 à 4 jours
- Pour un séjour de 4 à 6 jours
- Pour un séjour de plus d'une semaine
- Non renseigné



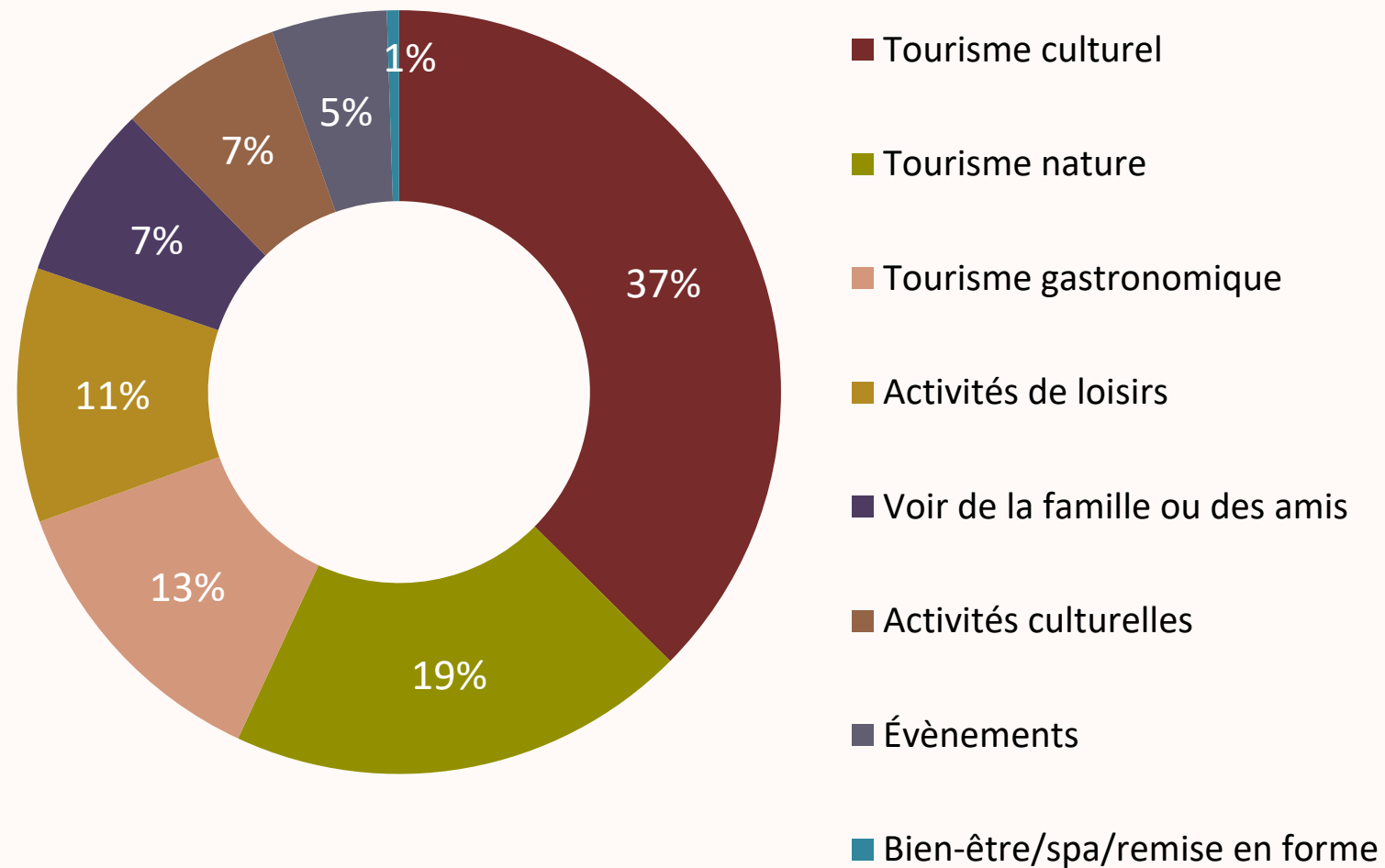
**Plus de 50 % des visiteurs génèrent des nuitées sur le territoire.**

Parmi les visiteurs s'étant déplacés spécifiquement pour visiter le MuséoParc Alésia **48 %** séjournent sur le territoire dont :

- 16 % restent entre 2 et 4 jours
- 9 % entre 4 et 6 jours
- **23 % plus d'une semaine**

(49 % sont venus à la journée et 3 % non pas répondu)

## Budget et consommation sur le territoire

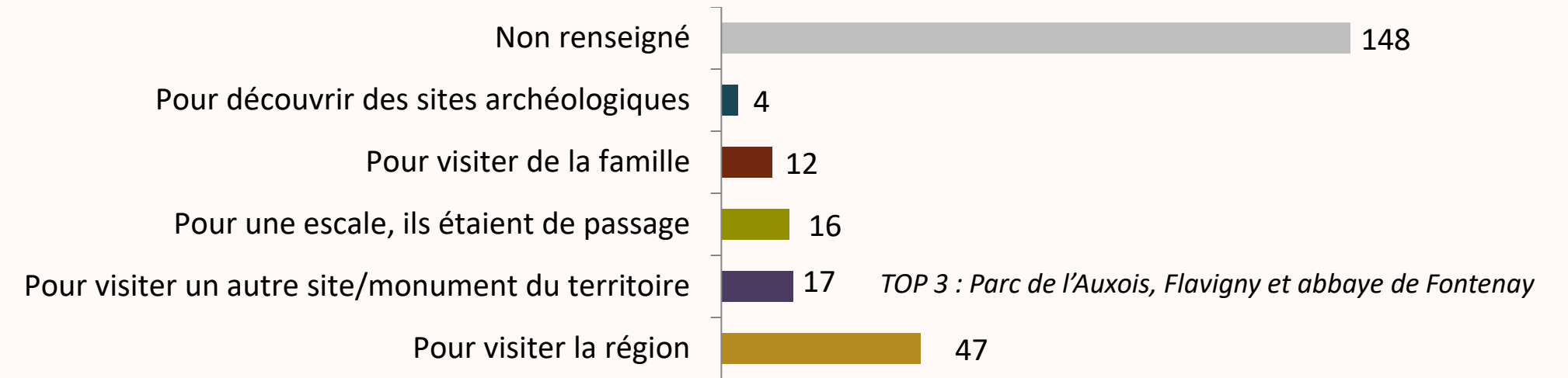


Les principaux atouts du territoire (culture, nature et gastronomie) coïncident avec les intérêts des visiteurs sondés.

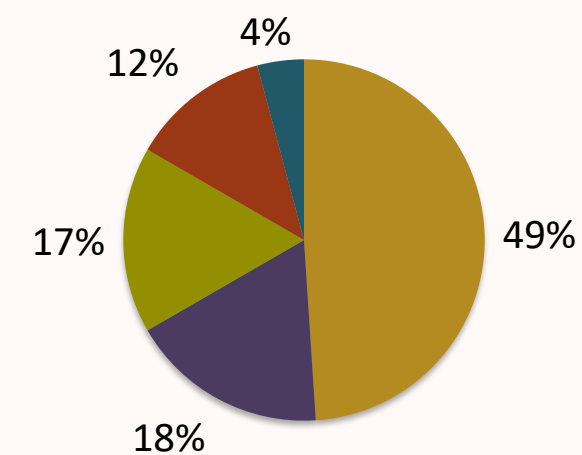
Pour **40%** d'entre eux, ces intérêts se traduisent par des activités payantes. **18%** se tournent vers des activités gratuites et 42 % sont indécis.

## LES RÉPONDANTS SONT VENUS SUR LE TERRITOIRE :

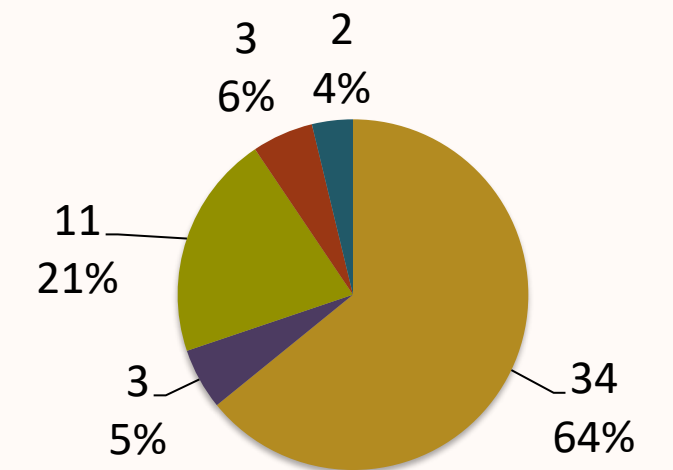
Les répondants qui n'étaient pas venus sur le territoire spécifiquement pour le MuséoParc Alésia y sont allés :



Hors « non renseigné » :

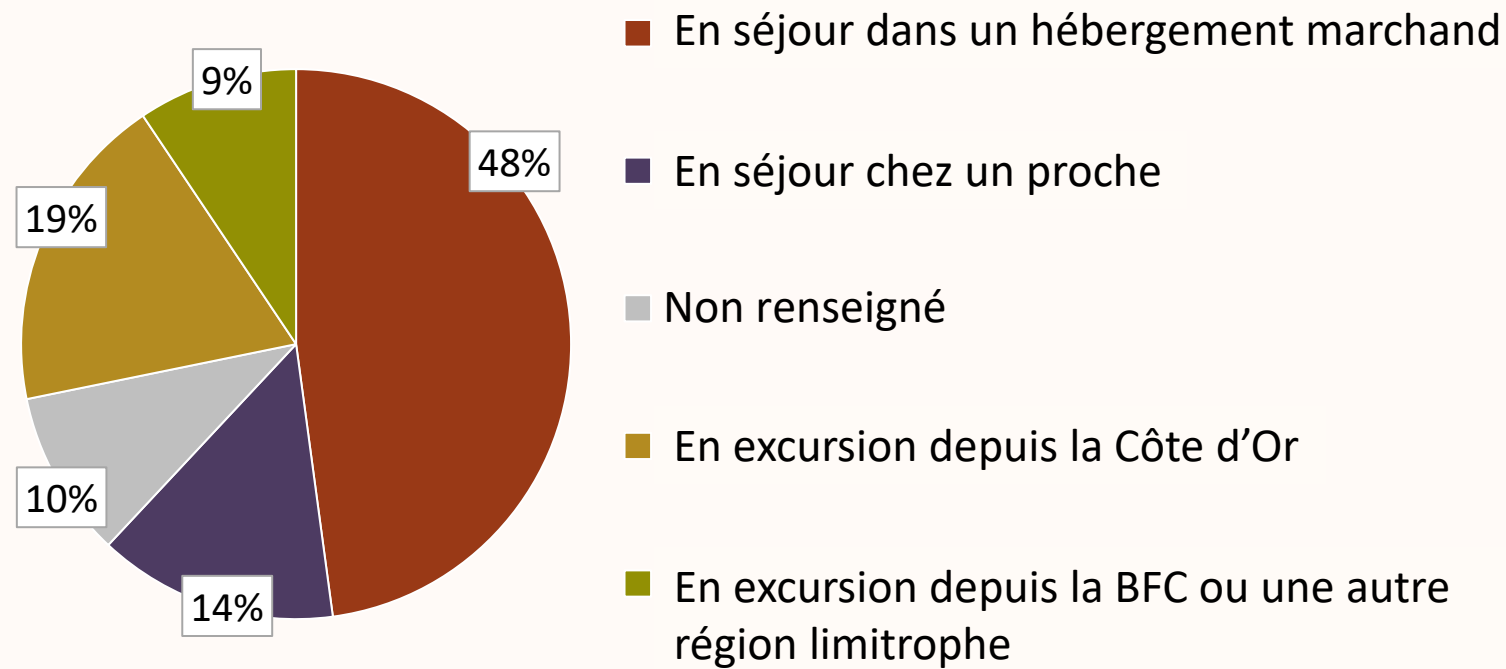


Parmi les visiteurs dont c'était la première fois sur le territoire (hors « non renseigné ») :



**Le fait que le MuséoParc Alésia soit un site visité par les visiteurs de passage témoigne de sa notoriété**

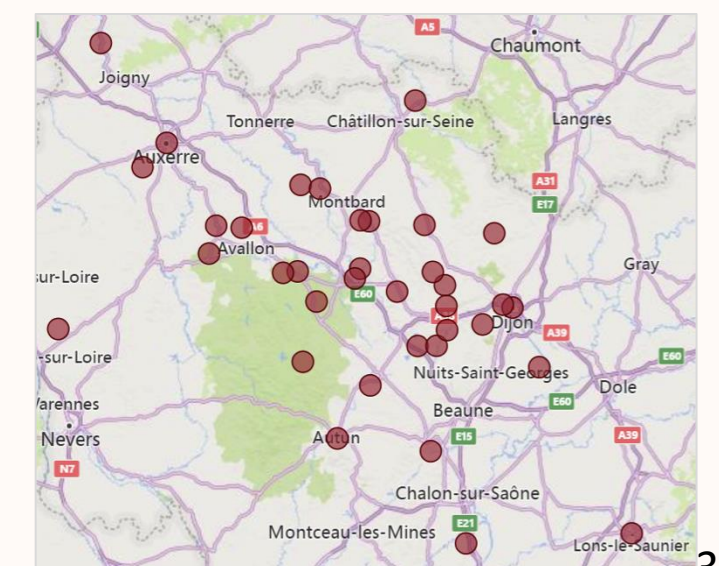
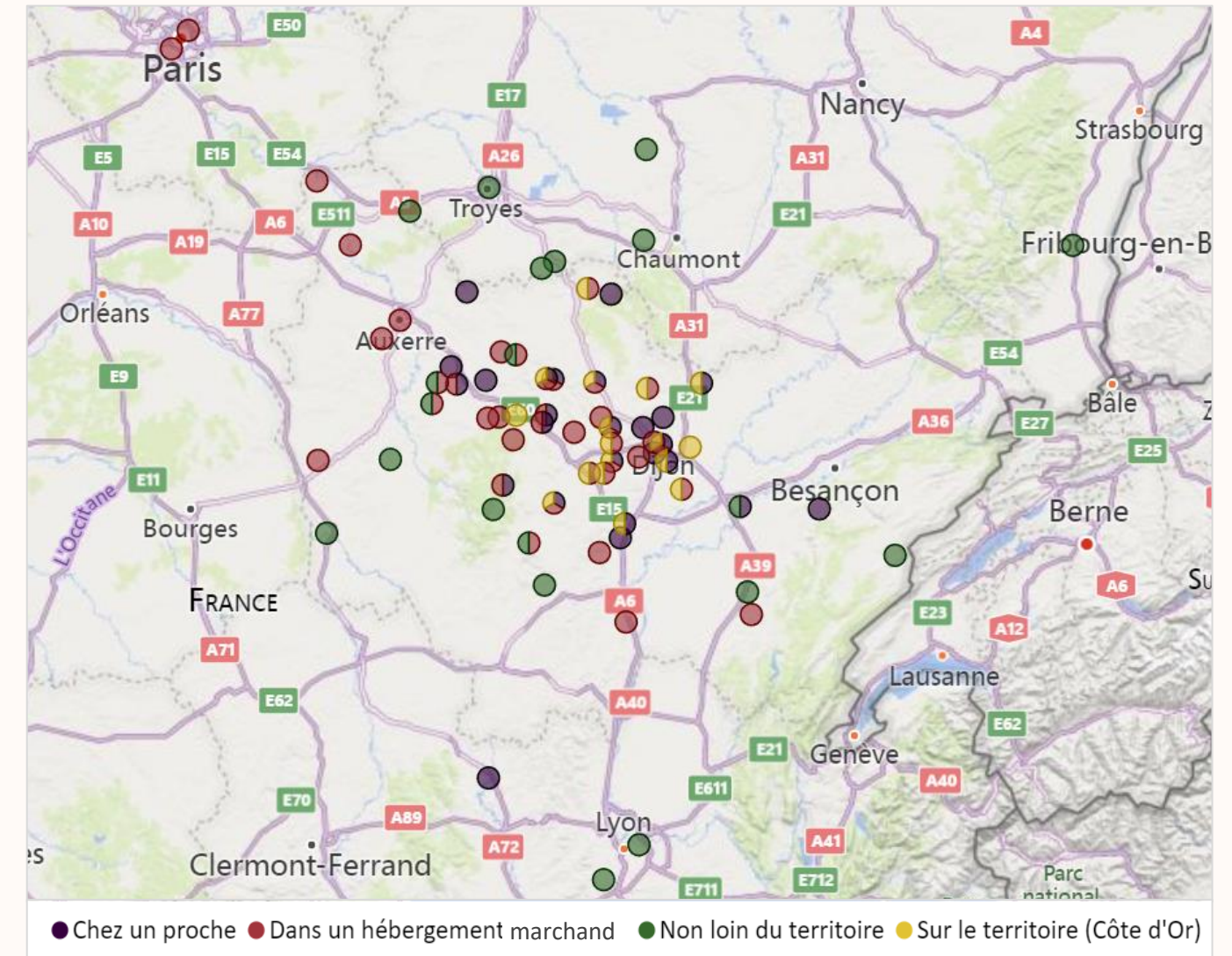
## Budget et consommation sur le territoire



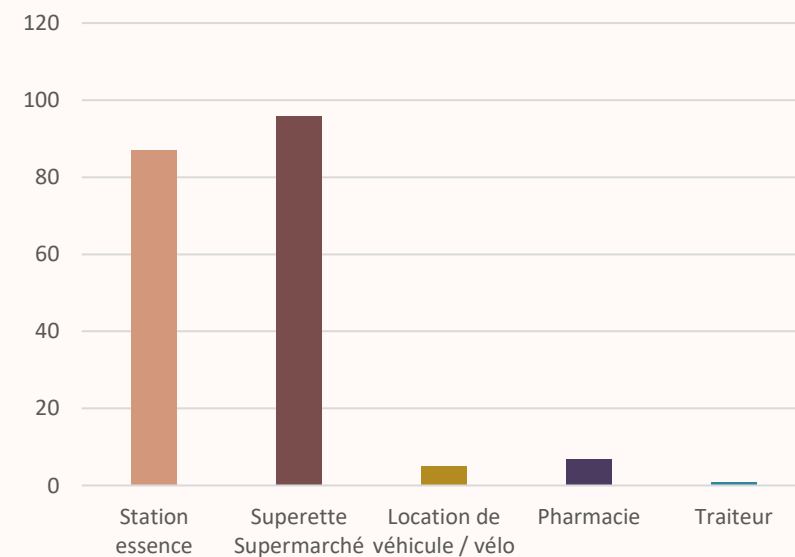
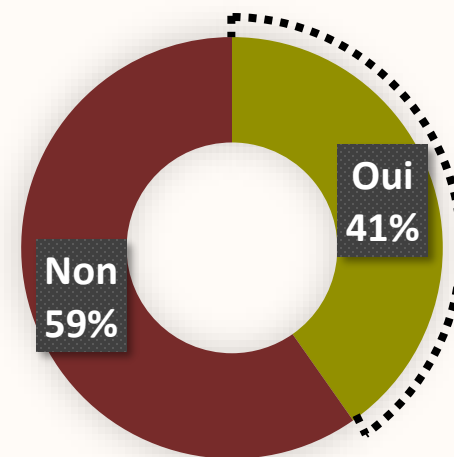
**38 %**  
des répondants  
séjournant dans un  
hébergement  
marchand logeaient  
en Côte d'Or



## LES VISITEURS DU MUSÉOPARC ALÉSIA : LIEU DE RESIDENCE

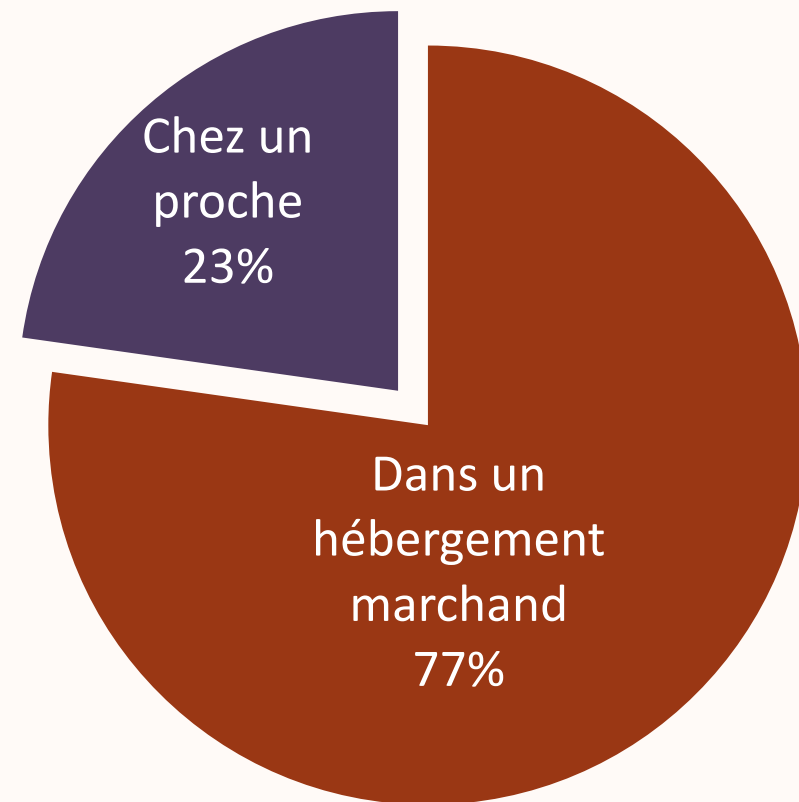


### ILS ONT RECOURS AUX SERVICES À PROXIMITÉ DU MUSÉOPARC ALÉSIA



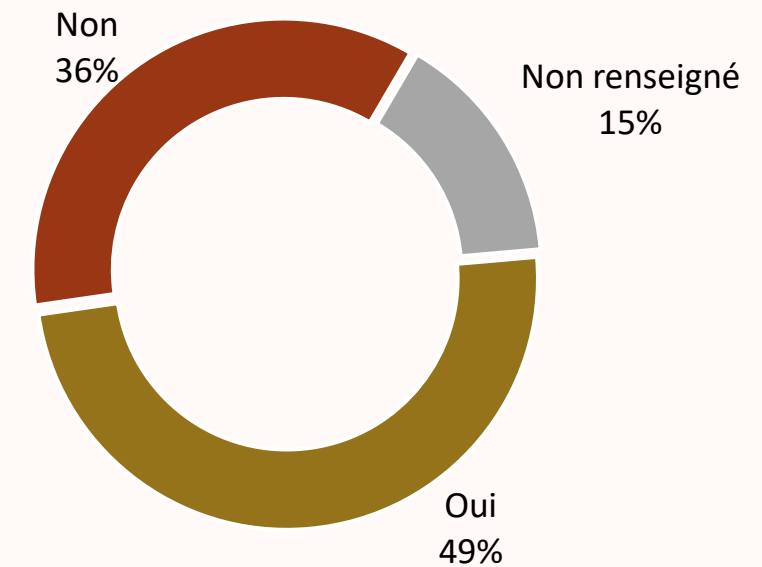
## Budget et consommation sur le territoire

Parmi les visiteurs en séjour sur le territoire :



Et parmi les visiteurs venus spécifiquement sur le territoire pour visiter le MuséoParc Alésia, **75 %** ont privilégié l'hébergement marchand.

Est-ce que votre hébergeur/accueillant vous a proposé des **informations et/ou des offres commerciales** sur le MuséoParc Alésia ?



Des hébergeurs qui font majoritairement leur part pour présenter le MuséoParc Alésia à leurs clientèles.



Gîte-Chambre d'hôtes



Location meublés



Camping



Hôtel



VVF Villages

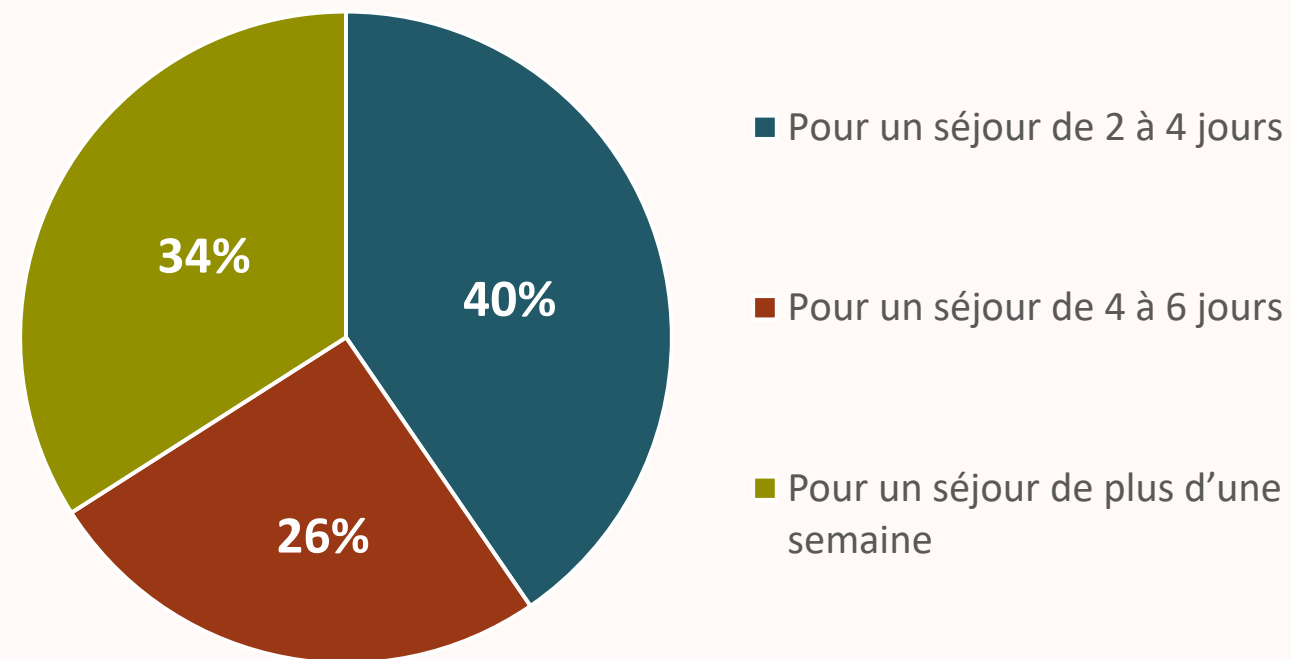


Camping-car

# Budget et consommation sur le territoire

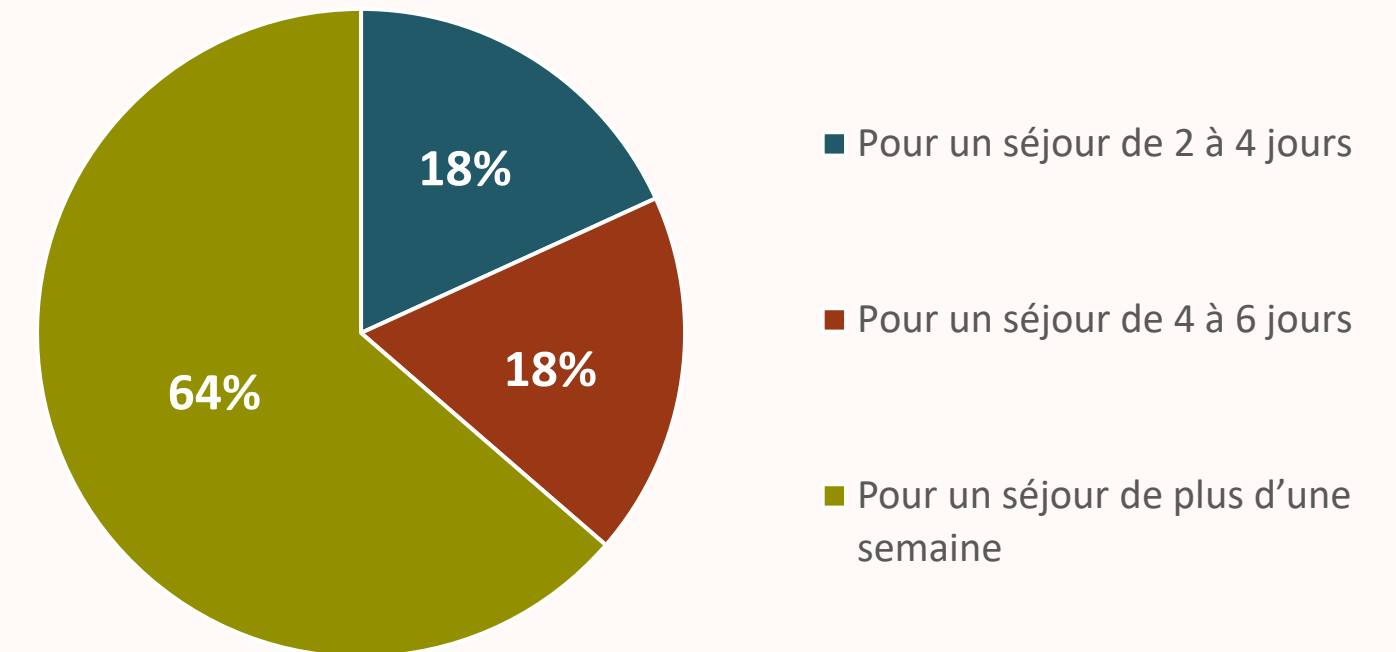
## LE SÉJOUR

### DANS UN HÉBERGEMENT TOURISTIQUE



Une durée moyenne de séjour supérieure à la moyenne observée à l'année sur la Côte d'Or.

### CHEZ UN PROCHE



**Un budget relativement faible pour le public du MuséoParc Alésia en séjour sur le territoire.**

**Un public qui se tourne pourtant davantage vers des activités payantes**

(à 83 % contre 17 % vers des activités gratuites).



**Des visiteurs cherchant davantage des activités gratuites**  
(à 56 % contre 44 % vers des activités payantes).



# **Les retombées économiques estimées**

## Contribution du MuséoParc Alésia au CA touristique local

## LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES DIRECTES

*Retombées directes = dépenses générées par les activités offertes sur le site et directement engagées par la visite du site (billet d'entrée, souvenir acheté à la boutique du site, repas pris au restaurant, etc.).*

	MUSÉOPARC ALÉSIA
<b>Nombre de visiteurs annuels</b> <i>Année de référence : 2019</i>	<b>80 185</b>
<b>Dépenses totales des visiteurs sur le site</b> 40% billetterie 35% restaurant 25% boutique <i>Année de référence : 2019</i>	<b>837 000 €</b>
<b>Masse salariale nette</b> (avant IR) (emplois directs : 32 ETP) <i>Année de référence : 2021</i>	<b>755 000 €</b>
<b>Dépenses sur le territoire</b> (achats, prestataires de services...) <i>Année de référence : 2021</i>	<b>800 000 €</b>
<b>Retombées fiscales totales</b>	<b>Non déterminées</b>

Au MuséoParc Alésia, les dépenses des visiteurs réalisées sur le site lui-même s'élèvent à **près de 840 000 € / an** (année de référence 2019).

Ce montant correspond aux recettes directes de la SPL MuséoParc Alésia, gestionnaire du site.

Si l'on ajoute les montants générés par la masse salariale et les dépenses de l'établissement réalisées localement (en Côte d'Or), **les retombées directes s'élèveraient à près de 2,4 M €** approximativement.



Remarque : Il faut noter que ces évaluations ne prennent pas en compte les retombées des investissements réalisés par les pouvoirs publics, financés par les collectivités locales. Les travaux d'aménagement et de mise en valeur ont, eux-aussi, un impact significatif sur l'économie locale et l'emploi.

## Contribution du MuséoParc Alésia au CA touristique local

### LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES INDIRECTES

*Retombées indirectes = dépenses réalisées par les visiteurs hors du site (exemple : dépenses d'hôtel, restauration, achats, visites d'autres lieux, etc.). Les dépenses de transport ne sont pas incluses.*

#### Méthode d'évaluation des retombées attribuables à « l'effet site » MuséoParc Alésia

Sur la base d'une connaissance des dépenses effectuées par les visiteurs durant leur séjour dans la région (pour les touristes) ou à l'occasion de leur visite du site (pour le public local), est calculée la part de ces dépenses que l'on peut affecter au site.

L'affectation des dépenses en fonction de l'attractivité du site repose sur une question posée au visiteur quant aux motivations de son séjour dans la région.



#### Pour les touristes en séjour dans la région :

Si le visiteur en séjour est **venu spécialement dans la région** pour visiter le site, la totalité de la dépense touristique de son séjour est considérée comme générée par l'existence du site : **100 % de cette dépense est donc attribuée au site**

Si le visiteur en séjour n'est pas venu spécialement dans la région pour le site, seule ses dépenses directes sur site sont comptabilisées (pas de retombées indirectes)

A l'issue des enquêtes, **le taux d'affectation estimé pour le MuséoParc Alésia est de 37 %**. Ce taux d'affectation correspond à la proportion de la clientèle individuelle en séjour sur le territoire ET venue spécifiquement pour le MuséoParc Alésia



#### Pour les excursionnistes locaux :

Sont pris en compte 100 % des dépenses engagées dans la journée de visite, hors du site (exemple : achats de souvenirs, de carburant, etc.).

## Contribution du MuséoParc Alésia au CA touristique local

## LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES INDIRECTES

Clientèle venue spécifiquement pour MP Alésia ET en séjour sur le territoire (37% de l'effectif global)*					
	Répondants*	Extrapolation visiteurs MP**	Durée moy. séjour (en nuitées)***	Dépense moy. /nuitée/pers.***	Montant total des dépenses estimées
Hébergement marchand	66	17 960	4,68	74 €	6 219 984 €
Chez un proche	22	5 987	4,68	55 €	1 540 987 €
					<b>7 760 971 €</b>
Excursionnistes (44% de l'effectif global)*					
	Répondants*	Extrapolation visiteurs MP**	Dépense moyenne /pers.*		Dépenses
	103	28 225	40 €		<b>1 129 005 €</b>
<b>Dépenses totales</b>					<b>8 889 976 €</b>

Les dépenses générées par le site MuséoParc Alésia s'élèveraient à **près de 9 M € / an**  
(année de référence 2019)

**Dont :**

- **7,8 M € de dépenses des visiteurs en séjour**
- **1,1 M € de dépenses des visiteurs à la journée**

Ce montant correspond aux retombées économiques du site sur le territoire alentour, Auxois en premier lieu : hébergement, restauration, autres activités, achat de souvenirs, etc.



Remarque : les estimations réalisées ne prennent pas en compte les dépenses de transport

\* Source : Enquêtes Maîtres du Rêve 2022

\*\* Source : MuséoParc Alésia

Les résultats de l'enquête sur 2 mois réalisée en 2022 ont été extrapolés sur 12 mois (année pleine), sur la base d'une connaissance statistique préalable des catégories de visiteurs se rendant au MuséoParc Alésia. Le nombre total de visiteurs retenu pour réaliser l'extrapolation est celui de 2019 (année de référence), fourni par MuséoParc Alésia

\*\*\* : Côte d'Or Tourisme

## Contribution du MuséoParc Alésia au CA touristique local

## LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES SUR LE TERRITOIRE

MUSÉOPARC ALÉSIA	Dépenses	%
Retombées directes	2,4 M €	21 %
Retombées indirectes	8,9 M €	79 %
Total des retombées	11,3 M €	100 %

En ajoutant les retombées directes et indirectes, **le total des retombées économiques** générées par le site MuséoParc Alésia s'élèverait à **11,3 M € / an**

Près de 80 % des retombées économiques du MuséoParc Alésia **(79 %) sont générées hors du site**, sur le territoire.



Les **externalités positives du site** ne sont pas toutes évaluées dans le cadre de cette étude, parfois difficilement mesurables et d'ordre plus qualitatif : influence sur l'implantation de nouveaux résidents, permanents ou secondaires, et d'entreprises, contribution à la qualité de vie des riverains, impact sur les valeurs de l'immobilier et des biens, retombées médiatiques, sur l'image et la notoriété...



## Contribution du MuséoParc Alésia au CA touristique local

## LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES SUR LE TERRITOIRE

### Rapport entre dépenses publiques et retombées économiques

Les collectivités locales sont impliquées dans la mise en valeur et la gestion de ce site emblématique



Pour mémoire, le département de la Côte d'Or apporte 2 M € au MuséoParc Alésia / an

Ces données apportent des éléments de réponse aux interrogations légitimes sur l'efficacité des efforts financiers consentis chaque année par les collectivités pour soutenir la bonne gestion et l'animation de ce site

1 € dépensé par la collectivité pour le MuséoParc Alésia entraîne  
0,40 € de dépenses directes des visiteurs sur le site  
et  
4,50 € de retombées pour le tissu économique environnant

**Chaque visiteur individuel du MuséoParc  
Alésia génère en moyenne 121 €**  
de retombées économiques sur le territoire  
et pour le site

