



DELEGATION INTERMINISTÉRIELLE AU PROJET EURO DISNEY

Dossier de Presse

14 mars 2012

Disneyland Paris Étude de contribution économique et sociale

Retombées économiques et sociales de Disneyland Paris (1992 – 2012) - Bilan de 20 années de développement touristique et urbain, et perspectives futures -

La Délégation Interministérielle au projet Euro Disneyland en France et l'Établissement Public d'Aménagement du Secteur IV de Marne-la-Vallée (EPAFRANCE) ont fait procéder à **l'actualisation de l'étude d'impact économique et social de Disneyland Paris pour l'année 2011** (dernière étude publiée en 2009). **À l'occasion des 20 ans de la destination touristique, l'étude comporte aussi un volet rétrospectif sur la période 1992-2012.**

Cette actualisation fait suite aux études régulièrement réalisées, depuis 1986, en collaboration avec Euro Disney, qui a fourni les informations de base sur son activité. Cette année, ont également participé les hôtels partenaires du site. C'est l'impact économique et social de ce pôle touristique qui est présenté dans cette synthèse.

D'une façon générale, l'impact économique et social net de Disneyland Paris traduit **l'effet de levier du partenariat public-privé** liant Euro Disney aux parties publiques depuis 1987. **Le bilan sur 20 ans montre que, malgré les aléas économiques, le modèle de développement de Disneyland Paris reste intrinsèquement générateur de valeur ajoutée et d'emploi pour l'économie française.**

20 ANNÉES DE CONTRIBUTION EN CHIFFRES

- 250 millions de visites
- 50 milliards d'euros de valeur ajoutée à l'économie française
- 59 milliards d'euros dépensés en France par les visiteurs de Disneyland Paris à l'occasion de leur visite
 - > dont 37 milliards d'euros dépensés en France par les visiteurs étrangers de Disneyland Paris
 - > soient 6.2 % du total des recettes en devises du tourisme en France
- 7 milliards d'euros d'investissement
- 55 000 emplois générés chaque année
- 1 emploi de Disneyland Paris a généré près de 3 emplois ailleurs en France
- 5^e pôle hôtelier en France
- Près de 5 % des 76.8 millions de touristes venus en France ont visité Disneyland Paris en 2010
- 9.4 % du total des nuitées hôtelières d'Île-de-France, 69.5 % pour la Seine-et-Marne en 2010

UNE CONTRIBUTION TOURISTIQUE

Disneyland Paris est un moteur pour la destination France

La contribution de la destination s'avère stratégique pour le secteur du tourisme, non délocalisable et créateur d'emplois, a fortiori en période de crise économique. Les résultats de l'étude confirment le rôle moteur de Disneyland Paris, dans l'attractivité de la destination France, permettant au pays de relever le défi de la concurrence mondiale.

Un quart de milliard de visites en 20 ans

Depuis son ouverture le 12 avril 1992, **Disneyland Paris a enregistré plus de 250 millions de visites**. L'attractivité de la destination et l'engouement des visiteurs n'ont cessé d'augmenter depuis 20 ans, faisant aujourd'hui de **Disneyland Paris le site touristique payant le plus visité de France**. Une large part des visiteurs provient d'Europe.

15,7 millions de visites en 2011

soit Le Musée du Louvre (8,4 millions)* et la Tour Eiffel (6,6 millions) réunis*

Plus de quatre fois la Cité des Sciences de la Villette (3,1 millions)*

58 % du total des visiteurs en 20 ans sont des étrangers, représentés principalement par les Britanniques (27 %) suivis des Hollandais (14 %) des Allemands (13 %), des Espagnols (12 %)

Les recettes touristiques : une contribution à l'économie française

Les visiteurs étrangers de Disneyland Paris sont à l'origine de **6.2 % du total des recettes en devises du tourisme en France** au cours des 20 dernières années.

37 milliards d'euros dépensés en France par les visiteurs étrangers de Disneyland Paris

Un pôle touristique complet qui contribue aux flux touristiques régionaux

En complément des deux parcs à thèmes, des hôtels et d'établissements d'hébergement partenaires, Disneyland Paris propose également 23 500 m² dédiés aux séminaires et aux conventions, non loin du centre commercial spécialement adapté à la clientèle internationale. Autant d'infrastructures qui font du site un pôle touristique alliant tourisme de loisir et tourisme d'affaires.

1 000 évènements par an de 50 à 25 000 participants

environ 100 privatisations par an

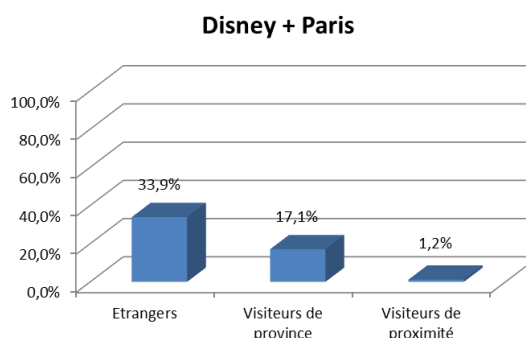
287 000 nuitées clients en 2010 pour l'activité Affaires des hôtels Disney

Comprenant désormais plus de 8 000 unités d'hébergement dont plus de 7 000 chambres d'hôtels, le pôle hôtelier de Disneyland Paris conforte son **5^e rang des capacités d'accueil hôtelier en France** après Paris, Lourdes, Nice et l'agglomération lyonnaise, en terme de capacité d'accueil.

46,2 % des 15 280 chambres d'hôtels du département de Seine-et-Marne, soit 69,5 % du total des nuitées.

>> Les synergies avec Paris et la Seine-et-Marne

En 2011, un tiers des visiteurs étrangers visitent à la fois Disneyland Paris et Paris, ce qui est le cas pour 17,1 % des visiteurs français de province. Disneyland Paris continue à exercer une forte attractivité : une visite à Disneyland Paris est en effet la motivation unique de leur voyage, pour 41% des visiteurs étrangers et 77 % des visiteurs de province (98,7 % des visiteurs de proximité).



* Visites en 2009

UNE CONTRIBUTION SOCIALE

Disneyland Paris est un employeur stable, au recrutement pérenne et diversifié

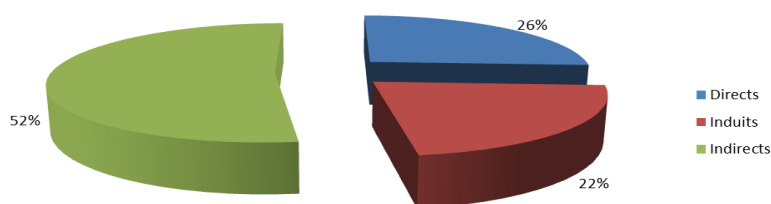
En 20 ans, la contribution sociale s'est faite tant en externe qu'en interne en matière d'ascension sociale et de stabilité de l'emploi.

Une force vive pour tout le département et la région

L'impact de Disneyland Paris ne se limite pas à l'effectif de ses employés (14 712 emplois au 31 décembre 2010). Sur la période 1992-2011 son activité courante et ses investissements ont généré chaque année en France jusqu'à 55 000 emplois permanents directs, indirects et induits.

Chaque emploi à Disneyland Paris s'est traduit par près de 3 emplois ailleurs en France

Répartition des emplois permanents générés par Disney (cumul 1992-2011)



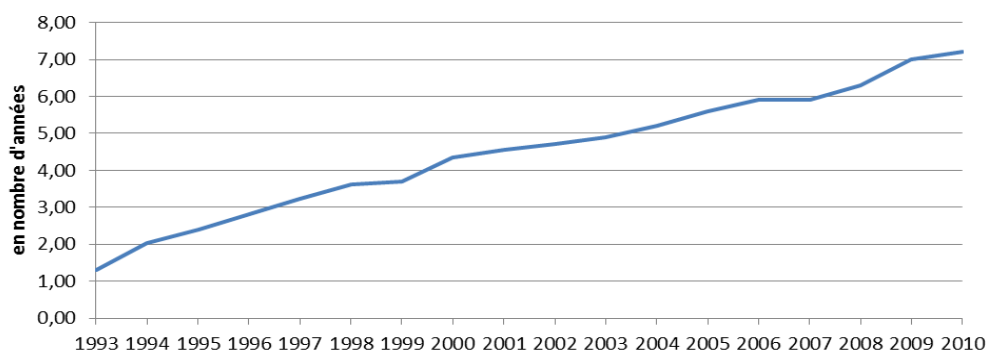
La démarche employeur de Disneyland Paris

- Pérennité : entre 85 % et 90 % d'employés en CDI depuis 20 ans.

- Parité : en 1992, la répartition des effectifs entre hommes et femmes s'établissait respectivement à 55 % et 45 %. Au 31 décembre 2010, Disneyland Paris se rapproche encore un peu plus de la parité avec 7 602 hommes et 7 110 femmes (respectivement 51,7 % et 48,3 %).

- Stabilité : l'âge moyen est de 34 ans, pour une ancienneté moyenne de 7,2 années

Evolution de l'ancienneté moyenne entre 1993 et 2010



- Multiculturalisme : 75 % des employés de Disneyland Paris sont de nationalité française, 16 % d'autres nationalités de l'Union européenne. Ainsi plus de 100 nationalités sont représentées et 20 langues sont parlées.

- Diversité : plus de 500 salariés handicapés avec une ancienneté moyenne de 13 ans. Depuis l'ouverture en 1992, l'équipe « Mission Handicap » de Disneyland Paris mène une véritable politique d'embauche en la matière. Ainsi, tous les postes chez Disneyland Paris sont ouverts aux personnes en situation de handicap.

UNE CONTRIBUTION ÉCONOMIQUE

Un effet de levier considérable

En 1987, la France entérinait son partenariat avec Euro Disney en investissant 666 millions d'euros sur le site. Cette somme a été décuplée en 20 ans par l'investissement privé, ce qui représente un très fort effet de levier de l'argent public.

Outre sa propre production, Disneyland Paris joue un rôle primordial dans l'activité économique de sa région en générant des activités permanentes, en amont et en aval, dans les autres secteurs d'activité.

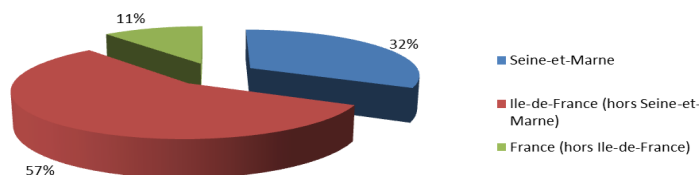
En amont, les achats de biens et services par Disneyland Paris génèrent des activités chez ses fournisseurs, activités elles-mêmes à la source de création d'emplois nouveaux auxquels correspond la distribution de revenus supplémentaires, générateurs de revenus et de consommations finales supplémentaires, etc.

En aval, Disneyland Paris entretient sur le marché du travail un certain nombre d'emplois et donc de revenus et cotisations, qui accroissent le revenu disponible des consommateurs, créant une demande finale supplémentaire elle-même créatrice d'activité, etc. Par ailleurs, les visiteurs de Disneyland Paris réalisent des dépenses sur le site et hors du site, elles-mêmes créatrices d'activité à la source d'emplois nouveaux, etc.

L'impact généré par l'activité de Disneyland Paris

En 20 ans, Disneyland Paris a généré 50 milliards d'euros de valeur ajoutée, soit **une moyenne de 2,5 milliards d'euros par an**, principalement au profit de l'Île-de-France (89 % du total), et de la Seine-et-Marne (32,2 % du total).

**Répartition de la valeur ajoutée générée par Disney
(cumul 1992-2011)**



16,1 milliards d'euros de valeur ajoutée générée dans le département de Seine-et-Marne dont :

- 56 % provenant de Disneyland Paris lui-même
- 25 % provenant des dépenses des visiteurs en Seine-et-Marne en dehors de Disneyland Paris
- 19 % provenant de la valeur ajoutée induite par les achats et par les salaires de Disneyland Paris, et par ses investissements courants

1 euro de valeur ajoutée chez Disneyland Paris

= 0,80 € de valeur ajoutée en Seine-et-Marne hors Disneyland Paris.

Les dépenses des visiteurs

Les visiteurs de Disneyland Paris n'effectuent pas toutes leurs dépenses au sein de la destination. Ils font également des achats hors du site dans des secteurs comme les transports, les achats de marchandise, l'hébergement, la restauration, etc.

59 milliards d'euros dépensés en France par les visiteurs de Disneyland Paris à l'occasion de leur visite

Dont 37 milliards d'euros dépensés en France par les visiteurs étrangers de Disneyland Paris

Soient 6.2 % du total des recettes en devises du tourisme en France

1,57 milliards d'euros dépensés par les visiteurs de Disneyland Paris l'ont été en Seine-et-Marne en 2011

Dont 1.187 millions à Disneyland Paris et 382 millions hors de Disneyland Paris.

Les investissements

Le montant total des investissements de Disneyland Paris depuis la création de la destination touristique s'élevé à 7,0 milliards d'euros dont 407 millions € investis par EPAFRANCE. L'investissement public au départ (interconnexions TGV, RER, échangeurs, etc.) s'est élevé à 666 millions d'euros :

- l'État pour 112 millions d'euros
- la Région Île-de-France pour 104 millions d'euros
- le Département de Seine-et-Marne pour 112 millions d'euros
- le SAN du Val d'Europe pour 85 millions d'euros
- les opérateurs (SNCF, RATP, GDF, etc.) pour 253 millions d'euros

Le coefficient multiplicateur « investissement total / investissement public » était donc de 7,3 lors de l'ouverture en 1992. Si l'on y ajoute l'ensemble des investissements réalisés depuis 1992, **le coefficient multiplicateur atteint 10,5.**

L'apport fiscal

Depuis 1992, les impôts et taxes générés par Disneyland Paris en 20 ans se sont élevés à 5,33 milliards d'euros. Au cours des 20 années, la TVA générée par Disneyland Paris s'est élevée à 4,5 milliards d'euros, répartis comme suit :

- 685,9 millions de TVA acquittée par Disneyland Paris lui-même
- 1.065,7 millions de TVA induite par les achats et les dépenses des salariés de Disneyland Paris
- 2.593,8 millions de TVA générée par les dépenses des visiteurs hors Disneyland Paris
- 96,2 millions de TVA générée par les investissements courants de Disneyland Paris
- 37 millions de TVA générée par la création du 2^{ème} Parc

Hors la TVA perçue intégralement pour l'État, les autres impôts et taxes sont allés pour 17 % à l'État ou à des organismes nationaux, pour 37 % au SAN du Val d'Europe, 18 % aux communes d'implantation de Disneyland Paris, 23 % au département de Seine-et-Marne et 5 % à la région Île-de-France.

Les collectivités territoriales de Seine-et-Marne, communes, SAN et département, ont perçu de Disneyland Paris **667 millions d'euros courants en impôts et taxes** au cours des années 1992 – 2011. Ces montants ne comprennent pas les impôts et taxes locaux acquittés par les fournisseurs, sous-traitants, employés, etc.

Focus fournisseurs

Le total des achats hors taxes de biens et services réalisés par Disneyland Paris depuis l'ouverture du 1^{er} Parc pour l'exploitation des Parcs et de ses Hôtels s'élevé à 10,1 milliards d'euros, soit une moyenne annuelle d'environ 505 millions d'euros.

Ces achats se sont répartis entre les achats locaux en Seine-et-Marne pour 16,4 %, en Île-de-France hors Seine-et-Marne pour 54 %, ailleurs en France pour 12,1 %, et les importations pour 17,5 %.

La branche qui a principalement bénéficié de ces achats est celle des services (assurance, publicité, maintenance, sous-traitance, etc.) suivie de celle des industries manufacturières puis de celle des industries agro-alimentaires.

Contacts presse

Délégation Interministérielle au projet Euro Disney

Laurent Evrard
Relations Presse
Tél : +33 (0)1 82 52 40 56
Laurent.evrard@paris-idf.gouv.fr

EPAFRANCE

Saliha Idir
Communication
Tél. : +33 (0)1 64 62 45 84
s.idir@epa-marnelavallee.fr

Disneyland Paris

Laëtitia Raphalen
Relations Presse, Communication
Institutionnelle
Tél. : +33 (0) 1 64 74 57 18
Laetitia.raphalnen@disney.com