

Lollapalooza: pesquisa mostra preferências do público e impacto de R\$ 93 milhões do evento na cidade

Levantamento realizado pelo Observatório de Turismo e Eventos durante o festival mostra que 85,3% aprovaram o Autódromo de Interlagos como local do evento; Mais da metade do público era de fora da capital paulista e gastos dos turistas subiram 176%;



Show do Smashing Pumpkins no Lollapalooza Brasil 2015. Foto: Marcelo Iha/ SPTuris.

Mais da metade das 136 mil pessoas que foram ao festival Lollapalooza Brasil 2015 este fim de semana, no Autódromo de Interlagos, era de fora da capital paulista. De acordo com pesquisa realizada pelo Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo, núcleo de estudos e pesquisas da empresa municipal São Paulo Turismo (SPTuris), os turistas foram responsáveis por mais de R\$ 93 milhões de movimentação econômica com gastos na cidade em hospedagem, alimentação e outros.

Outro grande atrativo para os visitantes foram os bares e baladas paulistanos: 73% dos jovens que assistiram às apresentações também aproveitaram para frequentar a vida noturna da metrópole.

Os turistas ficaram em média 2,3 dias na capital e gastaram cerca de R\$ 1659 no período, 176% a mais do que o registrado no último levantamento, feito em 2013. Já o gasto médio durante o evento foi de R\$ 136.

Segundo o secretário municipal para Assuntos de Turismo e presidente da SPTuris, Wilson Poit, os dados revelam a fama da capital paulista como local também para lazer e entretenimento. “A vida noturna de São Paulo já é conhecida mundialmente e essa moçada que vai a shows e festivais de música gosta de curtir a noite em

bares e baladas. Como o Lollapalooza acabou relativamente cedo, perto da meia-noite, muitos deles estenderam a diversão e foram para outros lugares”, conta.

Os shows mais desejados, segundo o público foram Calvin Harris 41,5%, Foster the People 34,3%, Bastille 34,1%, Jack White 31,3%, Skrillex 29,7% e Robert Plant 26,9%.

Outro dado relevante foi a aprovação do público em relação ao local do evento: 85,3% disseram que o Autódromo de Interlagos é um ótimo local para o festival. “O sucesso de organização do Lollapalooza se dá, em parte, porque o Autódromo se mostrou o lugar ideal: tem espaço amplo e facilidade de acesso, com uma estação de trem a poucos metros dali”, disse o secretário, que ainda ressaltou a gestão do espaço. “Graças a eventos como esse, o Autódromo hoje é um equipamento que pode se manter, sem dar prejuízo à administração pública e inclusive gerando ganhos para manter as estruturas para o automobilismo”, afirmou Poit.

Alguns dias antes do festival, vários hostels – meio de hospedagem mais barato, que privilegia a convivência e muito procurado por jovens – estavam com reservas esgotadas por conta do Lollapalooza, como era o caso do Café Hostel, Che Lagarto e Que Tal Hostel. A taxa de ocupação média dos hostels pesquisados para este final de semana foi de 95,5%.

A pesquisa estará disponível na íntegra nesta terça (31) no site: www.observatoriodoturismo.com.br

Confira outros dados:

Não residentes (turistas + pessoas Região Metropolitana): 51,5%
Somente turistas: 43,9%

Hospedagem na cidade:

- 31,72% hotéis
- 2,76% hostels
- 25,52% amigos e parentes
- 33,79% bate-volta

Média de permanência dos turistas: 2,3 dias.

Média de gastos: R\$ 1.659 ou R\$ 721 diários (excluindo os valores dos ingressos). Comparado com 2013, gastos aumentaram 176%.

Gasto médio no evento: R\$ 136

- 46,3% dos turistas já vieram para São Paulo assistir a outros shows
- 97,44% consideram São Paulo uma cidade de boas baladas
- 78,5% consideram São Paulo uma cidade turística
- 85,3% aprovaram o Autódromo de Interlagos como local do evento

Impacto do evento na cidade com turismo (gastos que turistas deixaram na cidade) R\$ 93 milhões (no último levantamento foi de R\$ 60 mi)

Idade média do público entrevistado: 26 anos

- 35,7% dos entrevistados são estudantes universitários
- 20,4% dos entrevistados possuem renda familiar entre 6 e 10 salários mínimos
- 2,4% levaram crianças menores de 12 anos ao evento
- 14,2% acompanharam adolescentes entre 13 e 18 anos
- 68,1% adquiriram seus ingressos pelo site oficial e 18,2% na bilheteria

Avaliação dos itens do evento:

- 90,26% chegaram ao evento com facilidade
- 84,6% acharam a circulação dentro do evento fácil
- 57,1% disseram que os banheiros estavam limpos
- 90,3% acharam as opções de alimentação e bebidas bem variadas
- 88,8% consideraram a sinalização do evento bem posicionada
- 94,5% aprovaram a sonorização dos palcos

Redes sociais utilizadas pelos entrevistados:

- Facebook 92,0%
- Twitter 38,1%
- Instagram 60,3%
- Tumblr 13,4%
- Foursquare 6,0%
- Não utilizo 3,2%
- Outro 4,4%

Acessou os canais do Lolla pelas redes sociais?

- Facebook 69,7%
- Twitter 11,2%
- Tumblr 0,8%
- Site Oficial 30,5%
- Aplicativo 8,6%
- Nenhum 18,0%

Baixou o app do Lolla?

Sim 32,7%
Não 67,3%

Se baixou, para qual uso?

- Line up 28,1%
- Meu calendário/alertas 10,8%
- Perfil das atrações 5,6%
- Exibição de vídeos 1,6%
- Mapa 16,6%
- Área Experiência 1,8%
- NA 67,3%

Sentiu falta de algo?

4,4% gostariam de ter compra de ingresso pelo app.