

Les Portraits de Renoir: Impressions d'une époque

Profil des visiteurs et Étude des retombées économiques

Synthèse

Partenaires:

Musée des beaux-arts du Canada

Commission canadienne du tourisme

Ministère du Patrimoine canadien



I. INTRODUCTION

Du 27 juin au 14 septembre 1997, le Musée des beaux-arts du Canada a présenté *Les Portraits de Renoir. Impressions d'une époque*, une exposition de grande envergure qui a connu un succès impressionnant. Cette manifestation réunissant 61 peintures de Renoir a attiré près de 340 000 visiteurs provenant de la région d'Ottawa-Hull, d'autres provinces canadiennes, des États-Unis et d'autres pays.

Le Musée des beaux-arts a fait la promotion de l'exposition à la grandeur du Canada et de l'Amérique du Nord, et l'Office du tourisme et des congrès d'Ottawa a fait de l'exposition un thème promotionnel de premier plan au cours de la période de pointe de la période de publicité estivale. Pour établir quelles retombées économiques la région a retiré de l'exposition Renoir au plan local et provincial, et pour connaître le profil des visiteurs de l'exposition, le Musée des beaux-arts du Canada a mandaté Research Resolutions pour effectuer la présente Étude des retombées économiques de l'exposition *Les Portraits de Renoir*.

Les partenaires suivants ont contribué financièrement à ce projet :

- P Commission canadienne du tourisme (CCT)
- P Ministère du Patrimoine canadien (MPC)
- P Musée des beaux-arts du Canada

Les objectifs principaux de l'étude étaient les suivants :

- a) déterminer le profil des visiteurs de l'exposition Renoir; et
- b) estimer la valeur des retombées économiques de la manifestation dans la Région métropolitaine de recensement d'Ottawa-Hull (RMR 505¹), en Ontario et au Québec².

L'estimation des dépenses des visiteurs sondés à la sortie du Musée des beaux-arts après avoir vu *Les Portraits de Renoir* a constitué la source principale d'information permettant d'évaluer les retombées économiques de l'exposition. Les procédures de sondage et la méthodologie de traitement des données étaient analogues à celles ayant servi pour la première fois à l'étude des retombées de l'exposition Barnes (Musée des beaux-arts de l'Ontario, 1995), de façon à pouvoir dresser des comparaisons entre les deux manifestations et à pouvoir estimer l'activité économique supplémentaire générée par la tenue de l'exposition Renoir au Musée des beaux-arts du Canada à l'été 1997³.

Les conclusions de l'étude sont présentées dans les tomes suivants :

- P Tome I : Synthèse de l'étude, présentant les principales conclusions et un résumé de la
- P Tome II : Étude détaillée, présentant les profils des visiteurs et leurs dépenses; et
- P Tome III : Annexe technique, décrivant la méthodologie employée, y compris la structure du sondage, les taux de réponse, les règles de pondération et de traitement des données.

II. LES FONDEMENTS DE L'ENQUÊTE EN RÉSUMÉ

Les principaux fondements de la démarche d'enquête sont présentés ci-dessous :

- P On a choisi les périodes d'entrevue au hasard au cours des 11 semaines de l'exposition Renoir pour que toutes les plages de temps soient représentées dans l'échantillon.
- P On a désigné comme périodes d'entrevue 18 plages de temps variant en fonction du jour et de l'heure.
- P Afin de s'assurer que les estimations relatives aux visiteurs provenant de l'extérieur de l'Ontario et du Québec soient fondées sur un nombre d'entrevues suffisant pour qu'on en tire des résultats stables et fiables, on a surreprésenté les visiteurs originaires de ces régions. On a ensuite modulé les données pour représenter la proportion réelle de visiteurs originaires de
- P Au cours des 11 semaines de l'exposition, on a interrogé les membres de 5 495 ménages représentant 10 952 individus, au moment de leur entrée à l'exposition Renoir. Ce sondage-éclair permettait de recueillir des renseignements sur la taille du ménage et le lieu de résidence. On identifiait aussi le répondant de chaque ménage qui serait interrogé plus en profondeur avant que les visiteurs quittent le Musée des beaux-arts du Canada (entretien de sortie). Les données issues des sondages-éclair ont une marge d'erreur de " 1,3 %, pour un niveau de confiance de 95 %.
- P On a mené des entretiens plus approfondis avec un échantillon des ménages ayant participé au sondage-éclair. Neuf cent quarante-deux (942) représentants de tels ménages déclarant avoir pris part à la décision d'effectuer le voyage et pouvant fournir des données sur le voyage et les dépenses du ménage, se sont prêtés à un entretien en profondeur avant de quitter le Musée des beaux-arts. Les données issues de cet échantillon ont une marge d'erreur de " 3,3 %, pour un niveau de confiance de 95 %.
- P Toutes les estimations de dépenses sont fondées sur le montant total des dépenses effectuées en Ontario et au Québec par les membres du ménage au cours du voyage ou de la sortie qui comprenait la visite de l'exposition Renoir.
- P On ne peut imputer la totalité des dépenses effectuées en Ontario et au Québec par un visiteur de l'exposition Renoir à sa visite de l'exposition. L'activité économique supplémentaire attribuable à l'exposition Renoir comprend uniquement la portion des dépenses effectuées en Ontario et au Québec qui correspond, selon le répondant, à l'évaluation du niveau d'influence que l'exposition Renoir a eu sur la décision de se rendre dans la Région métropolitaine de recensement d'Ottawa-Hull. On a également modulé les données selon la possibilité que les visiteurs aient assisté à une autre manifestation culturelle ou récréative au lieu de l'exposition Renoir, ou que les visiteurs de l'extérieur aient effectué un voyage vers une autre destination (effets de substitution)⁴.

A. *Les visiteurs de l'exposition Renoir*

Près de 340 000 personnes ont visité l'exposition Renoir au Musée des beaux-arts du Canada entre le 27 juin 1997 et le 14 septembre 1997.

Plus du tiers des visiteurs de l'exposition Renoir provient de la Région métropolitaine de recensement d'Ottawa-Hull (131 100) et une autre moitié provenait d'autres régions de l'Ontario (71 900) ou du Québec (99 600). Les Canadiens originaires d'autres provinces forment une proportion relativement restreinte des visiteurs (11 400), tandis que les visiteurs originaires des États-Unis (13 400) et d'autres pays (12 600) pris ensemble, constituent environ un douzième des visiteurs de l'exposition (Tableau 1)⁵.

Dans l'ensemble, des visiteurs originaires de toutes les provinces canadiennes, de 27 États américains et de plusieurs autres continents ont vu l'exposition Renoir au Musée des beaux-arts du Canada.

B. *Activité économique totale générée en Ontario et au Québec*

Les visiteurs de l'exposition Renoir ont dépensé près de 67 millions \$ en Ontario et au Québec au cours des voyages ou des sorties qui les ont menés à l'exposition (dépenses directes des consommateurs).

millions \$ ont exercé un effet domino sur les économies ontarienne et québécoise et stimulé la production de 69,2 millions \$ de biens et services (valeur ajoutée)⁶.

Cette production d'une valeur de 69,2 millions \$ a nécessité près de 1 700 emplois (années-personnes). Ces emplois ont en retour commandé des salaires et traitements de l'ordre de 44,3 millions \$ par les employeurs ontariens et québécois (Tableau 2).

La valeur des taxes municipales, provinciales et fédérales perçues s'élève à 26,8 millions \$. L'Ontario a perçu 6,8 millions \$ de revenus de taxation et le Québec, plus de 2,8 millions \$. Le gouvernement fédéral a perçu plus de 12 millions \$ de revenus de taxation (Tableau 2).

C. *Activité économique imputable à l'exposition Renoir*

Pour évaluer les retombées économiques de l'exposition Renoir elle-même, il faut distinguer l'activité économique qui aurait eu lieu même si l'exposition Renoir n'avait pas été présentée au Musée des beaux-arts du Canada, de l'activité qui est directement associée à l'exposition.

Les visiteurs de l'exposition Renoir provenant de l'extérieur de la région d'Ottawa-Hull sont venus dans la Région métropolitaine de recensement d'Ottawa-Hull pour diverses raisons. Pour certains visiteurs en voyage d'affaires ou d'agrément, la visite de l'exposition Renoir n'était qu'un élément secondaire de leur séjour dans la région. D'autres sont venus principalement ou uniquement pour voir l'exposition Renoir. De plus, les résidents locaux auraient pu consacrer leur budget de loisir et de divertissement à d'autres manifestations en Ontario ou au Québec si l'exposition Renoir n'avait pas été présentée.

Pour évaluer les retombées économiques de l'exposition Renoir elle-même, on a modulé les données en fonction du niveau d'influence de l'exposition Renoir sur les motifs de voyage des visiteurs provenant de l'extérieur de la région et sur la décision des résidents locaux de prendre part à une manifestation culturelle, de façon à déterminer l'activité économique supplémentaire que l'exposition Renoir a suscitée dans les deux provinces.

L'exposition Renoir a suscité la production de 33,2 millions \$ de biens et services (valeur ajoutée) à travers l'Ontario et le Québec.

Les dépenses de consommation d'une valeur de 31,5 millions \$ effectuées en Ontario et au Québec uniquement à cause de l'exposition Renoir ont entraîné, par effet domino, la production de 33,2 millions \$ de biens et services (valeur ajoutée) directement attribuables à l'exposition Renoir⁷.

En d'autres mots, si l'exposition Renoir n'avait pas été présentée au Musée des beaux-arts du Canada, les deux provinces n'auraient pas retiré les retombées économiques de l'ordre de 33,2 millions \$ B sous forme de valeur ajoutée, d'emplois, de salaires et traitements, et de revenus de taxation supplémentaires B, qui découlent des dépenses directes des consommateurs d'une valeur de 31,5 millions \$ (Tableau 2).

millions \$ en Ontario et au Québec, les visiteurs originaires d'autres pays ont dépensé environ 3,3 millions \$, et les résidents des autres provinces canadiennes ont dépensé environ 1,7 millions \$.

Les résidents de l'Ontario domiciliés à l'extérieur de la région d'Ottawa-Hull ont dépensé millions \$ en rapport avec l'exposition Renoir, tandis que ceux du Québec ont millions \$ (Tableau 4).

De nombreux secteurs économiques ont tiré profit de *Renoir*.

Un total de 10,7 millions \$ a été dépensé dans le secteur de l'alimentation, surtout dans les restaurants et les bars ontariens et québécois, à cause de la tenue de l'exposition *Renoir* au ⁸. Le secteur du commerce de détail a enregistré des ventes de 6 millions \$ sous forme de souvenirs, de vêtements et d'autres marchandises. Le secteur du loisir et du divertissement, dont font partie le Musée des beaux-arts du Canada et les autres manifestations culturelles, a enregistré des recettes de plus de 4 millions \$ grâce à l'exposition *Renoir*. Dans les établissements d'hôtellerie en tout genre situés en Ontario et au Québec, les ventes liées à l'exposition *Renoir* s'élèvent à environ 7,2 millions \$ (Tableau 5).

L'économie locale, y compris les restaurants, les hôtels et les autres attractions culturelles, a bénéficié de l'exposition *Renoir*.

Au sein de la Région métropolitaine de recensement d'Ottawa-Hull, les ventes ont progressé d'environ 6,8 millions \$ dans le secteur de l'alimentation, de 4,8 millions \$ dans le secteur de l'hôtellerie, et de près de 750 000 \$ dans le secteur du loisir et du divertissement, en rapport direct avec la tenue de l'exposition *Renoir* au Musée des beaux-arts du Canada. À Ottawa-Hull, si l'on exclut les points de vente satellites et la Librairie du Musée des beaux-arts, le secteur du commerce de détail a enregistré des ventes additionnelles de 1,6 millions \$ à cause de l'exposition *Renoir* (Tableau 5).

D. Les nuitées d'hébergement hôtelier

Les visiteurs de *Renoir* ont consommé l'équivalent de près d'un quart de million de nuitées d'hébergement hôtelier en Ontario et au Québec.

Au cours de la durée de l'exposition *Renoir*, les visiteurs ont consommé l'équivalent de plus d'un demi-million de nuitées d'hébergement en Ontario et au Québec (511 quart d'entre elles ont été consommées dans des hôtels et motels des deux provinces (120 700). Ce sont les établissements de la Région métropolitaine de recensement d'Ottawa-Hull qui ont le plus bénéficié de l'exposition (ventes de 81 300 nuitées). Les gîtes du passant de la RMR d'Ottawa-Hull ont également profité de l'exposition (ventes de 8 (Tableau 6)⁹.

Des amis et des membres de la famille établis en Ontario et au Québec ont également hébergé des visiteurs de l'exposition *Renoir*; ce mode d'hébergement compte pour plus de la moitié des nuitées que les visiteurs ont passé dans les deux provinces (273). Comme l'exposition avait lieu durant la saison estivale, certains des visiteurs de l'exposition *Renoir* ont aussi logé dans leur propre résidence secondaire privée située dans la RMR d'Ottawa-Hull ou à proximité de cette région (45).

E. L'exposition Renoir et le Musée des beaux-arts du Canada

Près de 9 visiteurs sur 10 se sont dits satisfaits de l'exposition Renoir.

Si neuf visiteurs sur dix se sont dits satisfaits de l'exposition Renoir, cinq sur dix lui ont décerné la plus haute expression de satisfaction possible B dix sur dix ! Seulement un visiteur sur cent (1 %) a exprimé une certaine insatisfaction au sujet de l'exposition (Tableau 7).

Près de 90 000 personnes ont franchi les portes du Musée des beaux-arts du Canada pour la première fois grâce à l'exposition Renoir.

Un septième de ces nouveaux visiteurs habite la Région métropolitaine de recensement d'Ottawa-Hull (13 800), environ un cinquième provient d'autres régions ontariennes (20 400) et plus du tiers est originaire d'autres régions québécoises (31 500) (Tableau 8).

Ces visiteurs sont vivement intéressés à revenir au Musée des beaux-arts du Canada.

Plus de trois quarts des visiteurs de l'exposition Renoir prévoient retourner au Musée des beaux-arts du Canada au cours de la prochaine année ou plus tard (Tableau 8).

Les journaux ont été la source principale d'information sur Renoir.

Plus de quatre visiteurs sur dix déclarent avoir été informés de l'exposition Renoir pour la première fois par le journal, et près de trois sur dix en ont entendu parler par des amis et des parents. Ce réseau d'information officieux a été particulièrement efficace pour ce qui est visiteurs domiciliés à l'extérieur de l'Ontario et du Québec (Tableau 9).

ans et plus. Sept visiteurs sur dix étaient des femmes (Tableau 11).

Glossaire

Directement imputable à l'exposition Renoir

Désigne la portion de l'activité économique qui n'aurait pas eu lieu dans les secteurs reliés au tourisme si l'exposition Renoir n'avait pas été présentée au Musée des beaux-arts du Canada,

Retombées directes

Désigne l'effet que les dépenses des touristes ont eu sur les entreprises qui servent directement ces touristes (c.-à-d. sur les secteurs reliés au tourisme).

Emplois

Le nombre d'emplois *attribuables à l'exposition Renoir* est déterminé au moyen du modèle de calcul des retombées économique de l'Institut canadien de recherche sur le tourisme, lequel convertit en emplois les dépenses effectuées par les visiteurs de l'exposition Renoir dans une entreprise particulière, en fonction du processus de production et des ratios d'emplois à temps complet et à temps partiel caractérisant cette entreprise.

Désigne la valeur totale des salaires et traitements, des profits et des taxes indirectes (soustraction faite des subventions) générés dans les entreprises impliquées dans le processus de production déclenché par les dépenses des touristes. Dans la présente Étude, on a utilisé la valeur du PIB au prix des marchés, qui comprend les retombées directes, indirectes et induites.

Production brute

Désigne les ventes totales réalisées dans toutes les entreprises impliquées (directement et indirectement) dans le processus de production déclenché par les dépenses des touristes.

Désigne les retombées économiques provoquées par la demande accrue de biens et services produits par de tierces entreprises, de la part des entreprises fournissant directement des biens et services aux touristes.

Retombées induites

Désigne les retombées économiques associées à la dépense de revenus d'emploi ou de profits réalisés dans les entreprises qui servent les touristes directement et indirectement.

Taxes municipales

Désigne les taxes d'affaires et les taxes foncières perçues par les municipalités. À long terme, ces taxes sont un indicateur de la santé économique de la collectivité; néanmoins, à court terme, il est difficile d'établir un lien entre les taxes municipales et les fluctuations de l'activité économique dans une collectivité donnée.

Désigne les secteurs d'activité qui fournissent les biens et services consommés par les touristes, tels que : le transport (aérien, ferroviaire ou par autobus; à l'échelle locale ou autre); l'hôtellerie, l'alimentation, le loisir et le divertissement, le commerce de détail et les * autres + services (location de véhicules, agences de voyage). Bien que ces secteurs d'activité fournissent les biens et services consommés par les touristes, ils fournissent aussi des biens et services consommés par des non touristes. On ne peut donc imputer la totalité des revenus et des emplois dans ces secteurs aux dépenses des touristes.

Tableaux

Tableau 1

Origines des visiteurs de l'exposition Renoir		
	340 000 visiteurs	
Canada	314 000	92 %
RMR Ottawa/Hull	131 100	39 %
Ottawa	114 600	34 %
Hull	16 500	5 %
Autres localités ontariennes	71 900	21 %
Autres localités québécoises	99 600	29 %
Autres provinces	11 400	3 %
États-Unis	13 400	4 %
Autres pays	12 600	4 %

Source: Research Resolutions Detailed Tabulations, p. 1, avec modifications pour tenir compte des visiteurs spéciaux.

Tableau 2

Les retombées économiques en Ontario et au Québec de l'exposition Renoir du Musée des beaux-arts du Canada		
	Retombées brutes	Retombées additionnelles
Activité économique nette (valeur ajoutée)	69 200 000 \$	33 200 000 \$
Emploi (années-personnes)*	1 700	823
Salaires	44 300 000 \$	21 000 000 \$
Taxes fédérales	12 100 000 \$	5 700 000 \$
Taxes provinciales**	9 700 000 \$	4 400 000 \$
Taxes municipales***	5 100 000 \$	2 600 000 \$
Retombées (dépenses de consommation)	66 600 000 \$	31 500 000 \$

Les retombées brutes correspondent aux dépenses totales effectuées en Ontario ou au Québec au cours des déplacements entourant la visite de l'exposition Renoir. Les retombées additionnelles correspondent à la partie des dépenses en Ontario ou au Québec qui est uniquement attribuable au fait que l'exposition Renoir a été présentée au Musée des beaux-arts du Canada. Quant à l'activité économique nette, elle comprend les répercussions directes, indirectes et provoquées. Source : Research Resolution Estimates, et modèles d'incidences économiques du tourisme de l'Institut canadien de recherches sur le tourisme, tableau 1A, p. 25. *Les emplois correspondent à des équivalents temps plein annuels. **Taxes provinciales en Ontario et au Québec. ***Taxes municipales en Ontario et au Québec. Toutes les sommes d'argent sont arrondies à la centaine de milliers de dollars la plus voisine.

Tableau 3

Répartition des retombées additionnelles en Ontario et au Québec		
	RMR Ottawa/Hull	Autres localités de l'Ontario et du Québec
Retombées (dépenses de consommation)	23 000 000 \$	8 600 000 \$
Activité économique nette (valeur ajoutée)	17 700 000 \$	15 500 000 \$
Emploi (années-personnes)	488	355
Salaires	11 600 000 \$	9 400 000 \$
Taxes municipales	1 800 000 \$	800 000 \$

Les retombées additionnelles correspondent à la partie des dépenses en Ontario ou au Québec qui est uniquement attribuable au fait que l'exposition Renoir a été présentée au Musée des beaux-arts du Canada. Source : Research Resolution Estimates et modèles d'incidences économiques du tourisme de l'Institut canadien de recherches sur le tourisme. Toutes les



Tableau 4

Sources des dépenses de consommation en Ontario et au Québec				
			Retombées additionnelles	
	66 600 000 \$		31 500 000 \$	
Lieu de résidence	\$	%	\$	%
RMR Ottawa/Hull	3 400 000 \$	5	2 700 000 \$	9
Autres localités ontariennes	16 800 000 \$	25	10 000 000 \$	32
Autres localités québécoises	13 900 000 \$	21	11 100 000 \$	35
Autres provinces	6 900 000 \$	10	1 700 000 \$	5
États-Unis	6 700 000 \$	10	2 700 000 \$	8
Autres pays	18 900 000 \$	28	3 300 000 \$	11

Les retombées brutes correspondent aux dépenses totales effectuées en Ontario ou au Québec au cours des déplacements entourant la visite de l'exposition Renoir. Les retombées additionnelles correspondent à la partie des dépenses en Ontario ou au Québec qui est uniquement attribuable au fait que l'exposition Renoir a été présentée au Musée des beaux-arts du Canada. Source : Research Resolution Detailed Tabulations, p. 78-1/2; 80-1/2, et modèles d'incidences économiques du tourisme de l'Institut canadien de recherches sur le tourisme.

Tableau 5

Catégories des dépenses de consommation en Ontario et au Québec				
			Retombées additionnelles	
	66 600 000 \$		31 500 000 \$	
Catégorie	\$	%	\$	%
Logement	14 400 000 \$	22	7 200 000 \$	23
Restaurants et produits alimentaires	20 700 000 \$	31	10 700 000 \$	34
Transport en Ontario/au Québec	12 200 000 \$	18	2 400 000 \$	8
Stationnement, taxis, transports publics	800 000 \$	1	400 000 \$	1
Loisirs et divertissements	5 700 000 \$	9	4 000 000 \$	13
Détail	10 300 000 \$	16	6 000 000 \$	19
Autre	2 400 000 \$	4	600 000 \$	2

Les retombées brutes correspondent aux dépenses totales effectuées en Ontario ou au Québec au cours des déplacements entourant la visite de l'exposition Renoir. Les retombées additionnelles correspondent à la partie des dépenses en Ontario ou au Québec qui est uniquement attribuable au fait que l'exposition Renoir a été présentée au Musée des beaux-arts du Canada. Le transport en Ontario/au Québec comprend les frais d'automobile, de location de voiture et de transporteur commercial engagés pour le transport dans les deux provinces. Source : Research Resolution Detailed Tabulations, p. 78-1/2; 80-1/2. Total des dépenses de consommation attribuable à la visite de l'exposition Renoir à Ottawa/Hull, Québec et ailleurs au Canada.

Tableau 6

Nuitées passées en Ontario et au Québec par des visiteurs de l'exposition Rénior*				
	Total	RMR Ottawa/Hull	Ailleurs en Ontario	Ailleurs au Québec
Toutes sortes	511 500	239 500	136 800	136 200
Total, payées, sous un	159 000	95 800	29 100	34 000
Hôtel/motel	120 700	81 300	16 900	22 500
Chambres d'hôtes	16 700	8 500	4 500	3 800
Camping	17 800	7 900	5 300	4 700
VPA	273 100	129 400	83 800	59 900
Chalet privé	45 100	3 600	16 200	25 300
Autres	16 500	2 800	1 400	12 300

Source: Research Resolutions Detailed Tabulations, p. 70-1. Tous les chiffres sont arrondis à la centaine la plus voisine. * Une nuitée par un groupe d'un même ménage est considérée comme une nuitée.

Tableau 7

Niveaux de satisfaction généraux à l'égard de l'exposition Rénior							
	Total	Lieu de résidence					
		Local	Autre, Ontario	Autre,	Autre,	États-	Autres pays
Positif	87 %	85 %	86 %	91 %	96 %	92 %	82 %
Neutre	11 %	13 %	12 %	9 %	4 %	8 %	17 %
Négatif	1 %	2 %	2 %	-	-	1 %	1 %
Moyenne	8,9	8,8	8,8	9,1	9,2	9,1	8,5

Source : Research Resolutions Detailed Tabulations, p. 22-1/2. Les moyennes découlent de l'emploi d'une échelle numérique bipolaire où 10 signifie *très satisfait* et 1 *très insatisfait*. Positif = 8-10; neutre = 7-5; négatif = 4-1.

Tableau 8

L'expérience au Musée des beaux-arts du Canada		
	Total des visiteurs	
Nouveaux visiteurs	89 400	27 %
Résidents d'Ottawa-Hull	13 800	
Autres résidents de l'Ontario	20 400	
Autres résidents du Québec	31 500	
Probabilité d'une autre visite dans les 12 mois		

Très probable	160 800	49 %
Probable	84 200	26 %
Source : Research Resolutions Detailed Tabulations, p. 85/86-1/2.		

Tableau 9

Première source d'information sur l'exposition Renoir							
	Total	Lieu de résidence					
		Local	Autre,	Autre,	Autre,	États-	Autres
Journaux	43 %	30 %	47 %	53 %	26 %	16 %	17 %
Amis/parenté	26 %	24 %	26 %	24 %	44 %	46 %	39 %
Télévision	8 %	9 %	6 %	11 %	3 %	1 %	1 %
Panneaux/affiches	4 %	6 %	2 %	2 %	4 %	9 %	13 %
Radio	4 %	6 %	3 %	4 %	4 %	4 %	-
Bureau de renseignements	1 %	*	1 %	1 %	1 %	6 %	6 %
Hôtel/autre source locale	1 %	-	*	-	-	6 %	9 %
Source : Research Resolutions Detailed Tabulations, p. 90-1. *Moins de 0,5 %.							

Tableau 10

Autres activités dans la région d'Ottawa-Hull		
	Visiteurs autres que locaux	
Circuit touristique à pied	112 700	54 %
Magasinage	96 500	47 %
Visite de la colline de Parlement	78 600	38 %
Tourisme en automobile ou en autobus	64 800	31 %
Visite d'amis	62 200	30 %
Visite de musée (autre que le Musée des beaux-arts du	60 800	29 %
Visite de parenté	56 500	27 %
Festival ou foire	27 400	13 %
Casino	16 500	8 %
Manifestation culturelle	12 300	6 %
Source : Research Resolutions Detailed Tabulations, p. 99-1/2.		

Tableau 11

Profil des visiteurs de l'exposition Renoir	
Études	Total des visiteurs
Diplôme universitaire/études de troisième cycle	72 %
Revenu du ménage	
Plus de 75 000 \$	39 %
50 000 \$ - 75 000 \$	29 %
Moins de 50 000 \$	32 %
Sexe	
Femmes	70 %
Hommes	30 %
Âges	
Moins de 40 ans	31 %
40 - 59 ans	47 %
60 ans ou plus	22 %
Âge moyen	47 ans
Langue	
Langue maternelle toujours comprise - anglais	58 %
Langue maternelle toujours comprise - français	31 %
Ménage moyen	
Taille du ménage moyen	1,9 personne
Source : Research Resolutions Detailed Tabulations, p. 102-1/2. Les pourcentages relatifs au revenu du ménage ont été modifiés selon le nombre total de répondants.	

000 \$).

⁶. Ces dépenses comprennent les dépenses effectuées au Musée des beaux-arts du Canada et les dépenses connexes effectuées ailleurs qu'au MBAC par les résidents locaux, ainsi que la totalité des dépenses effectuées en Ontario et au Québec par des visiteurs de l'extérieur de la région au cours du voyage qui les a amenés à l'exposition Renoir. Seules les dépenses de voyage effectuées dans les deux provinces figurent dans l'enquête. Les * sorties + sont des excursions d'une journée effectuées par des résidents locaux (résidents de la RMR d'Ottawa-Hull). Les services de traiteur fournis au Musée des beaux-arts du Canada dans le cadre d'activités organisées à l'occasion de l'exposition Renoir figurent aussi dans cette estimation.

⁷. La portion des dépenses dont on peut dire qu'elles ont été effectuées en Ontario et au Québec *uniquement* parce que l'exposition Renoir était présentée au Musée des beaux-arts du Canada est inférieure au total des dépenses, car une partie de ces dépenses aurait été effectuée, que l'exposition Renoir soit présentée au MBAC ou non. Pour évaluer combien de dépenses l'exposition Renoir a-t-elle suscité dans les deux provinces **B** c'est-à-dire les dépenses qui n'auraient pas eu lieu sans l'exposition **B** on a également tenu compte du rôle que l'exposition a joué dans la décision d'effectuer le voyage, ainsi que des effets de substitution de la destination du voyage et de l'activité qui en était le but. Voir l'Annexe

⁸. Les produits d'alimentation achetés dans des commerces figurent aussi dans le secteur * alimentation +.

⁹. L'expression * nuitées d'hébergement hôtelier + désigne les nuitées consommées par les ménages formés de visiteurs.