

# INITIATIVE FÉDÉRALE-PROVINCIALE-TERRITORIALE SUR LE RAPPORT CULTURE/PATRIMOINE ET TOURISME

Groupe de travail de recherche sur la répartition  
des bénéfices économiques

## Modèle d'analyse des flux économiques entre la culture/le patrimoine et le tourisme



Octobre 2005

*The Outspan Group Inc.*

## **Initiative fédérale-provinciale-territoriale sur le rapport culture/patrimoine et tourisme**

### **Contexte**

- L'Initiative fédérale-provinciale-territoriale sur le rapport culture/patrimoine et tourisme (ITFPT), projet pilote de deux ans, a officiellement été lancée en novembre 2003 et a pris fin en octobre 2005.
- Ce partenariat entre tous les ministères provinciaux et territoriaux responsables de la culture et du patrimoine et le ministère du Patrimoine canadien est coprésidé par le Manitoba et le Nouveau-Brunswick.
- Trois groupes de travail ont été créés pour mettre en œuvre cette initiative :
  - Le Groupe de travail sur les cultures autochtones et le tourisme (initialement dirigé par l'Alberta, puis par la Saskatchewan);
  - Le Groupe de travail sur le renforcement de la capacité de commercialisation (dirigé par l'Ontario);
  - Le Groupe de travail de recherche sur la répartition des bénéfices économiques (dirigé par la Colombie-Britannique).

### **Produits**

- L'objectif de l'initiative est d'appuyer les gouvernements établis en partenariat pour veiller à ce que leurs intervenants dans les domaines de la culture et du patrimoine puissent devenir actifs, selon leurs propres règles, dans le tourisme.
- Les produits à ce jour tiennent compte de la contribution de chaque gouvernement.
- Ces produits ont été créés pour favoriser la discussion et créer des possibilités de dialogue entre les homologues des secteurs de la culture, du patrimoine et du tourisme.
- Les partenaires de l'ITFPT sont responsables de la diffusion des produits et des principaux messages dans leur champ de compétence, lorsqu'ils le jugent nécessaire.
- Le Bureau de coordination de l'Initiative FPT sur la culture, le patrimoine et le tourisme peut répondre aux demandes. Il est possible de le rejoindre à [ITFPT@pch.gc.ca](mailto:ITFPT@pch.gc.ca)

### **Avantages de l'ITFPT**

- La collaboration continue avec les homologues du secteur du tourisme pour s'acquitter de projets axés sur la culture et le patrimoine crée des occasions d'accroître l'échange d'information et les partenariats stratégiques. L'ITFPT continue d'élaborer les outils et l'information qui permettront aux ministères FPT de la Culture et du Patrimoine :
  - 1) d'assurer un leadership et d'apporter une dimension culturelle dans toute politique concernant le tourisme;
  - 2) d'aider le secteur de la culture et du patrimoine à renforcer ses capacités en tourisme;
  - 3) de contribuer à faire comprendre que la promotion, le maintien et le soutien des cultures du Canada et la durabilité du tourisme au Canada se renforcent mutuellement.

## Table des matières

---

	Page
Résumé .....	4
1. Introduction.....	5
2. Caractéristiques des sites et événements culturels et patrimoniaux.....	6
3. Concepts économiques.....	8
3.1 Cadres économiques .....	9
3.2 Terminologie économique .....	11
4. Modèle d'analyse des flux.....	14
4.1 Concepts du modèle d'analyse des flux .....	14
4.1.1 Analyse institutionnelle .....	15
4.2 Mesures du modèle d'analyse des flux.....	17
4.2.1 Besoins d'information .....	18
4.2.2 Définition des mesures.....	18
4.2.3 Utilisation des mesures .....	22
5. Exemple .....	23
6. Sommaire .....	27
<i>Bibliographie</i> .....	28

# **Modèle d'analyse des flux économiques entre la culture/le patrimoine et le tourisme**

## **Résumé**

L'Initiative FPT sur le rapport culture/patrimoine et tourisme a été officiellement lancée en novembre 2003 en tant que projet pilote de deux ans et a pris fin en octobre 2005. Elle était coprésidée par le Manitoba et le Nouveau-Brunswick, et le gouvernement fédéral et tous les gouvernements provinciaux et territoriaux y participaient. Le Groupe de travail de recherche sur la répartition des bénéfices économiques (dirigé par la Colombie-Britannique) a vu le jour pour aider les intervenants du secteur de la culture et du patrimoine à mieux comprendre l'étendue de leur participation au secteur du tourisme.

À l'automne 2005, le Groupe de travail de recherche sur la répartition des bénéfices économiques a signé un contrat avec The Outspan Group pour la rédaction d'un document de travail intitulé *Modèle d'analyse des flux économiques entre la culture/le patrimoine et le tourisme*. Ce document décrit la relation économique entre le secteur de la culture et du patrimoine, d'une part, et d'autres intervenants du domaine du tourisme, d'autre part, puis offre un cadre et un modèle de base permettant d'évaluer dans quelle mesure les institutions culturelles et patrimoniales elles-mêmes profitent des dépenses touristiques. Avec cette nouvelle façon d'aborder l'évaluation économique, les ministères de la culture et du patrimoine peuvent mieux mettre en lumière le rôle primordial que jouent la culture et le patrimoine sur la scène touristique et au sein de l'économie dans son ensemble. Elle permet en outre de répondre au besoin d'améliorer le rendement économique réalisé par le secteur de la culture et du patrimoine dans une optique plus vaste, qui est d'assurer la durabilité à long terme de cette branche de l'économie.

Le modèle d'analyse des flux produit les résultats suivants :

- les revenus reçus des touristes exprimés en pourcentage des revenus totaux du site;
- la part des flux relatifs du secteur du tourisme et de l'économie qui revient au site;
- le ratio des flux économiques entre le site, d'une part, et le secteur du tourisme et l'économie, d'autre part.

Exemple hypothétique :

*Les touristes qui ont visité une exposition dans un musée situé dans la collectivité A ont dépensé 260 000 \$ pour payer les frais d'entrée. Cependant, ils ont dépensé l'équivalent de 50 fois ce montant (soit 13 millions de dollars) pour se procurer des biens et services touristiques dans cette collectivité. L'incidence sur le PIB de ces dépenses liées au tourisme est par ailleurs égale à 25 fois (6 millions de dollars) les revenus que le musée a touchés. L'activité économique ne se serait jamais intensifiée de la sorte sans cette exposition. Ces données montrent donc que le musée lui-même, bien qu'il ait eu un impact positif sur l'économie, n'a reçu en fait qu'une faible part des dépenses touristiques.*

Cette nouvelle façon d'analyser le paysage économique au regard du tourisme, de la culture et du patrimoine peut aider les décideurs et les gestionnaires des sites culturels et patrimoniaux à mieux apprécier la valeur économique de leur participation aux activités touristiques.

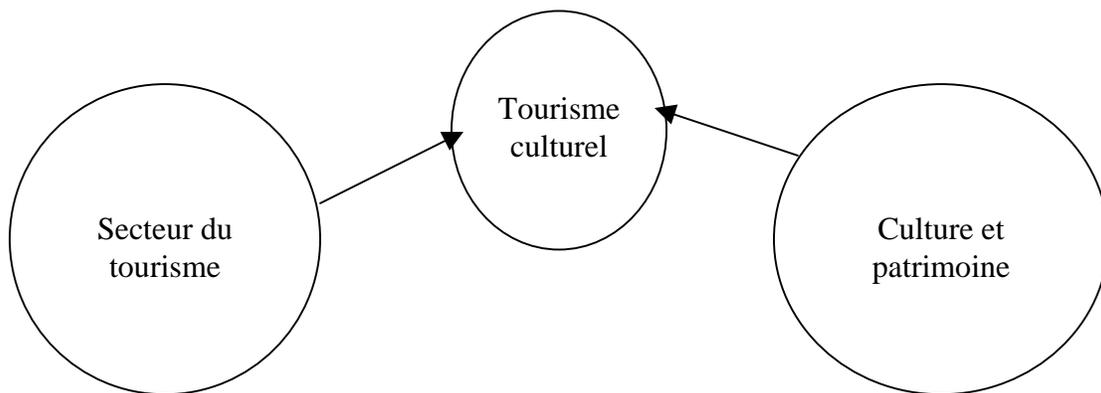
# Modèle d'analyse des flux économiques entre la culture/le patrimoine et le tourisme

## Cadre économique et modèle préliminaires

### 1. Introduction

Il existe une importante relation entre les ressources de la culture et du patrimoine (sites, festivals, spectacles et autres événements) et l'industrie touristique. Les sites et événements culturels et patrimoniaux sont d'importants pôles d'attrait, qui amènent les visiteurs à se déplacer vers différentes régions dans le but de faire la découverte et de profiter de tels attraits. Le secteur du tourisme fournit les installations, les biens et les services pour faciliter de tels voyages. La figure 1 présente une description graphique simple de cette relation.

Figure 1



Il ressort également de la figure 1 qu'aucun des deux secteurs n'est intégré ou assujéti à l'autre – ils sont, de bien des façons, séparés et distincts. La mesure dans laquelle ils dépendent l'un de l'autre est difficile à évaluer; il se pourrait, par exemple, qu'ils aient entre eux une zone relativement restreinte d'intersection et de dépendance mutuelle. Comme c'est le cas pour le tourisme, les sites et événements culturels et patrimoniaux existent pour une multitude de raisons. Bien que les deux secteurs soient très différents, chacun dépend de l'autre à divers degrés. S'il est vrai que le tourisme peut rehausser et,

souvent, rehausse effectivement la viabilité économique des sites et événements culturels ou patrimoniaux, et vice-versa, il y a relativement peu d'activités du secteur touristique qui sont entièrement tributaires de sites et événements liés à la culture ou au patrimoine et, de même, très peu de sites et événements culturels et patrimoniaux dépendent uniquement de l'industrie touristique pour leur viabilité. Une différence clé, toutefois, est que le secteur du tourisme est principalement orienté vers le profit, tandis que les institutions culturelles et patrimoniales visent généralement à procurer des avantages au public. Mais chaque secteur peut tirer parti de l'autre, et chacun le fait effectivement. Bien sûr, il peut arriver que le tourisme soit préjudiciable aux sites culturels et patrimoniaux, lorsqu'on atteint des niveaux d'utilisation non viables de la part des touristes ou de tout autre groupe.

On peut se faire une idée générale de l'ampleur de cette relation en parcourant les publications sur le tourisme. Par exemple, dans l'édition récente (automne 2005) de Ontario Travel Discoveries, First Anniversary Edition, environ 25 % des annonces, images et articles avaient un thème lié à la culture ou au patrimoine. Les thèmes concernaient de grandes institutions culturelles (Musée des beaux-arts de l'Ontario, Musée des beaux-arts du Canada, Musée royal de l'Ontario, etc.), des galeries d'art, musées et expositions, des festivals et des attraits historiques (p. ex. chemin de fer Algoma). La plupart des autres sujets de la publication visaient des activités ou installations de loisirs, des lieux d'hébergement, des stations thermales, des attraits naturelles et des installations aménagées par l'homme (golf, tennis, etc.). Cette proportion de 25 % montre qu'il existe un véritable recoupement entre les organisations patrimoniales et culturelles et l'industrie du tourisme.

Le présent document décrit la relation entre les deux secteurs et présente un cadre permettant de quantifier les avantages financiers dont profitent les sites, événements ou festivals à caractère culturel ou patrimonial sous forme de retombées des dépenses touristiques, en relation avec les avantages ou impacts totaux de ces institutions pour l'économie.

## **2. Caractéristiques des sites et événements culturels et patrimoniaux**

Les institutions liées à la culture et au patrimoine sont de nature diverse et comprennent, par exemple, les musées, les archives, les bibliothèques, les galeries d'art et les festivals, diverses attraits et expositions, ainsi que des événements, parcs et autres ressources historiques à caractère militaire, institutionnel, commercial ou privé. En général, les institutions culturelles et patrimoniales de ce genre sont accessibles au grand public.

Les institutions liées à la culture et au patrimoine remplissent les rôles et fonctions les plus variés :

- éducation, recherche
- présentation de faits historiques
- expositions culturelles

- divertissement
- préservation d'artéfacts culturels et historiques
- lieux de rassemblement public
- commémoration de faits culturels présents et passés
- forums ou tribunes d'interaction sociale pour les Canadiens

Les institutions culturelles et patrimoniales procurent des avantages aussi bien de nature publique que de nature privée, comme l'indique la figure suivante.

<u>Figure 2</u>	
Avantages publics	Avantages privés
<ul style="list-style-type: none"> <li>- archivage</li> <li>- recherche</li> <li>- éducation</li> <li>- soutien du multiculturalisme</li> <li>- développement de la sociabilité et de sujets culturels pour le débat public</li> <li>- fierté nationale</li> <li>- divertissement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- expérience unique et enrichissante pour les visiteurs</li> <li>- meilleure compréhension et appréciation pour les visiteurs</li> <li>- satisfaction personnelle et accomplissement pour les bénévoles</li> <li>- emplois pour le personnel</li> </ul>
* les avantages publics profitent de manière égale à tous les membres de la société	* les avantages privés profitent aux visiteurs, au personnel et aux bénévoles

Comme nous l'avons indiqué, il existe des ressources culturelles et patrimoniales pour de multiples raisons, par exemple : mandat et besoin de présenter ou d'exposer un attrait et de faire venir les visiteurs à des fins d'éducation; recherche scientifique; appréciation générale et occasion de découverte. Les institutions ayant le mandat d'attirer des visiteurs (c.-à-d. qui n'ont pas principalement une vocation de recherche) le font par une programmation et des communications qui informent les visiteurs éventuels de leurs ressources et de leurs activités. L'objectif de tels programmes et communications est d'attirer le plus grand nombre de visiteurs possibles, compte tenu des contraintes de capacité.

Les niveaux de fréquentation sont importants. Le lieu d'origine des visiteurs – qui peuvent provenir de la localité ou d'autres provinces, régions ou pays – n'est pas toujours un aspect important pour l'institution. Il est clair, toutefois, que les visiteurs venant de l'extérieur doivent être considérés comme des touristes et comme des utilisateurs éventuels des installations et services touristiques offerts dans la région de l'institution.

Il y a d'autres caractéristiques des organisations, événements et festivals culturels ou patrimoniaux qui sont susceptibles d'influer sur leur attrait comme destinations touristiques, mais qu'il importe de reconnaître dans tous les cas. Notons les suivantes :

Propriété :	publique, privée
But :	lucratif, non lucratif
Aire de référence :	nationale, provinciale, régionale, locale
Types :	très variés : parcs publics, festivals, galeries d'art, etc.
Produits/services :	éducatifs, de divertissement, axés sur l'expérience
Financement :	gouvernemental, privé, communautaire, ONG, entreprises, autofinancement
Services connexes :	proximité d'autres attraits et expériences culturelles ou patrimoniales connexes

Comme nous l'avons mentionné, la plupart des sites, festivals et événements liés à la culture ou au patrimoine relèvent d'institutions sans but lucratif ou de nature publique. De plus, les produits et services (extrants) des sites culturels ou patrimoniaux ont d'importantes caractéristiques qui influent sur la viabilité financière de l'institution :

- très souvent, le visiteur du site peut observer, apprendre ou faire l'expérience d'un produit ou service sans rien payer ou en versant une somme modique;
- très souvent, l'expérience du visiteur n'a pas de volet consommation (sauf s'il s'agit de ventes commerciales), c'est-à-dire qu'il y a peu de choses à acheter ou à emporter et que les possibilités de revenus du site sont limitées.

Bien que les festivals, sites et événements culturels et patrimoniaux soient généralement des organisations sans but lucratif, ils existent et fonctionnent en tant qu'éléments importants des économies locales et présentent des liens étroits avec d'autres secteurs, notamment le tourisme. Ils continuent d'exister, en partie, parce que des organismes publics, des ONG, des entreprises et des citoyens les considèrent comme des atouts précieux qui profitent à la société – et sont prêts à fournir un financement et des services bénévoles pour les soutenir.

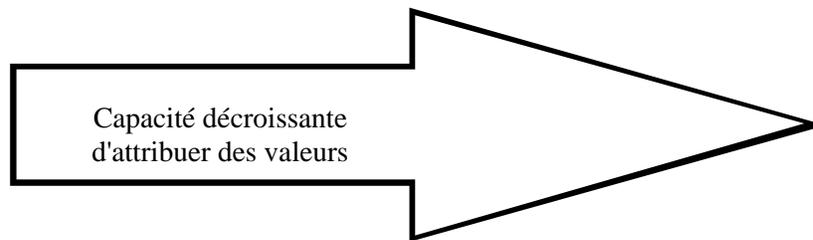
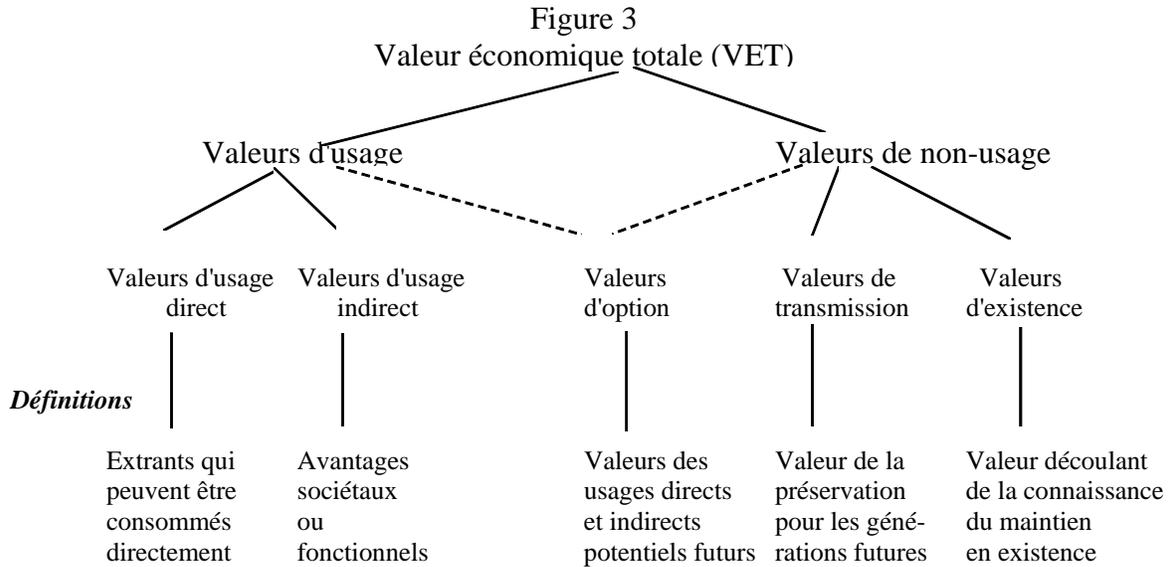
### 3. Concepts économiques

Un certain nombre de concepts, cadres et modèles économiques aident à comprendre les diverses dimensions de la présente étude. Les cadres économiques visent à illustrer comment les avantages engendrés par les sites, expositions et événements culturels ou patrimoniaux sont perçus, et comment les avantages sont reliés les uns aux autres, même si de tels cadres définissent parfois très mal la mesure dans laquelle les avantages reviennent à l'institution, au site ou à l'événement.

### **3.1 Cadres économiques**

Le concept de **valeur économique totale (VET)** a été abordé dans des publications récentes à l'égard de toute une variété de sujets, notamment les parcs, le tourisme, les ressources naturelles et les biens et services environnementaux. La VET décrit un cadre dans lequel différents types de valeurs économiques peuvent être additionnées pour en arriver à une valeur totale. Le concept inclut des *valeurs d'usage* et des *valeurs de non-usage*. Les valeurs d'usage comprennent deux composantes, ou trois, selon le classement des valeurs d'option. Il s'agit des *valeurs d'usage direct*, des *valeurs d'usage indirect* et parfois des *valeurs d'option*. Les valeurs de non-usage comprennent les *valeurs de transmission* et les *valeurs d'existence* (et parfois les *valeurs d'option*, selon la façon dont elles sont perçues). Certains analystes considèrent les valeurs d'option comme des valeurs d'usage parce qu'elles se rapportent à l'option d'usage futur; d'autres analystes les considèrent comme des valeurs de non-usage, car elles ne reflètent pas l'usage courant, mais seulement l'usage possible futur.

Le concept de VET est présenté à la figure 3 et résume la composition de ce cadre.



Il existe un cadre différent et plus complet des avantages économiques, mis au point au Canada : le **cadre d'analyse des avantages totaux**. Ce cadre est fondé sur la détermination des *groupes bénéficiaires*, la description des avantages qu'ils reçoivent et la prise en considération du fait que ces avantages varient selon les différentes perspectives d'évaluation (*registres de compte*). Dans ce cadre, il y a trois catégories de bénéficiaires : les particuliers, les entreprises et la société. Un avantage de ce cadre est qu'il intègre des aspects distributionnels des impacts économiques, lesquels sont absents du concept de VET. Les trois catégories de bénéficiaires et leurs sources de valeurs peuvent être résumées ainsi :

***Avantages personnels***

Avantages liés à l'usage

- usage direct
- usage indirect

Avantages liés au non-usage

- valeurs de transmission
- valeurs d'option
- valeurs d'existence

### ***Avantages commerciaux***

Avantages de redistribution (habituellement mesurés en termes de produit intérieur brut) dus à l'impact des dépenses attribuables à l'institution, à l'événement ou au festival culturel ou patrimonial

### ***Avantages sociétaux***

Ensemble d'avantages difficiles à mesurer en termes économiques mais contribuant de toute évidence à l'amélioration de la société (p. ex. avantages éducatifs/scientifiques, décisions d'implantation des entreprises, avantages pour la santé, cohésion sociale, promotion de la compréhension interculturelle, etc.)

Les *registres de compte* prennent en considération le fait que les avantages sont différents selon l'aire de référence (aire locale, province, pays, etc.). Les registres de compte permettent de cerner de nombreux aspects de la répartition des avantages. Le cadre d'analyse des avantages totaux est présenté à la figure 4.

Ces deux cadres d'évaluation économique sont les principaux utilisés au Canada. Le cadre VET est souvent mentionné dans les publications, tandis que le cadre d'analyse des avantages totaux a été adopté par le Conseil canadien des parcs comme moyen de visualiser et de mesurer les avantages économiques liés aux parcs et aux aires protégées. Le cadre d'analyse des avantages totaux a également été appliqué au secteur culturel et, récemment, a servi de base à l'examen des avantages liés aux sites historiques<sup>1</sup>. De nombreux analystes reconnaissent que le cadre d'analyse des avantages totaux est un prolongement logique du cadre VET et qu'il offre des résultats plus orientés vers les politiques.

### ***3.2 Terminologie économique***

Il est utile de comprendre certains concepts économiques liés aux institutions culturelles ou patrimoniales et au tourisme. D'abord, il importe de distinguer les avantages et les coûts *publics* et *privés*, car cette distinction aide à expliquer certains aspects de la répartition des avantages et des coûts des institutions. Par exemple, les institutions culturelles et patrimoniales ont généralement besoin d'une aide publique (subventions, contributions, allègements fiscaux, etc.); ce sont des coûts publics. Souvent, cette aide publique est justifiée par le fait que c'est la population en général qui bénéficie de ces institutions et de leurs programmes, si ces derniers sont accessibles à tous. En revanche, si une institution privée assume des coûts pour une exposition (coûts privés) et demande un droit d'entrée (ou d'autres frais) pour réaliser des recettes, cela procure un avantage privé à l'institution. Une controverse peut apparaître quand des coûts publics servent à financer des avantages qui, manifestement, sont privés. C'est pourquoi la distinction entre les avantages et les coûts publics et privés est importante.

---

<sup>1</sup> 1) An Economic Benefits Framework for Historic Places, préparé pour la Direction du programme des lieux historiques, Parcs Canada, *The Outspan Group*, 2005. 2) Socio-Economic Benefits Framework Applied to the Cultural Sector, Discussion Paper, document rédigé pour le Centre national des arts, la Commission de la capitale nationale et le ministère du Patrimoine canadien, *The Outspan Group*, 1999.

Figure 4  
Cadre général d'analyse des avantages totaux  
découlant des sites historiques

<i>Catégorie d'avantages :</i>		
PERSONNELS	COMMERCIAUX	SOCIÉTAUX
<i>Définitions :</i>		
Avantages dont bénéficient les intéressés (usagers et non-usagers)	Avantages découlant du transfert net d'activité économique d'une aire de référence à une autre	Avantages impossibles à attribuer aux particuliers ou aux entreprises, mais plutôt de nature indivisible et de portée collective (biens collectifs ou publics)
<i>Composantes des avantages :</i>		
Valeurs d'usage : - usage direct - usage indirect	Impacts liés aux dépenses attribuables au site des intéressés et des propriétaires/gestionnaires des sites au titre du fonctionnement, de la gestion et du développement, en provenance de sources extérieure à l'aire de référence	avantages culturels
		avantages éducatifs
identité - nationale, locale, personnelle		
transferts financiers (contributions) de sources extérieures à l'aire de référence		
décisions d'implantation des entreprises		
effets sur la santé - mentale, physique, spirituelle		
ententes et conventions internationales		
cohésion sociale et « qualité de vie »		
avantages environnementaux		
autres		
Valeurs de non-usage : - valeur d'option - valeur d'existence - valeur de transmission		

Source : An Economic Benefits Framework for Historic Places, préparé pour la Direction du programme des lieux historiques, Parcs Canada, *The Outspan Group Inc.*, 2005.

En plus des avantages et des coûts publics et privés, il importe de comptabiliser les *sources de fonds* pour toute activité financée. Les institutions culturelles et patrimoniales ont de nombreuses sources de financement différentes (gouvernements, frais d'entrée, soutien d'ONG, dons d'entreprises et de particuliers, etc.) et, par conséquent, une comptabilité complète s'impose pour savoir dans quelle mesure l'une ou l'autre de ces sources obtient un rendement de ce financement. Il est primordial d'avoir une connaissance et une compréhension de l'origine des fonds.

Il importe, par ailleurs, de reconnaître que les *impacts économiques* et les *avantages économiques* sont des choses différentes. Par exemple, on affirme souvent que les impacts des dépenses des touristes représentent un avantage pour une aire donnée. Ce peut être vrai ou non, et la réponse dépend généralement de la perspective (registre de compte) adoptée pour l'évaluation économique. Les *impacts économiques* représentent les effets totaux cumulatifs de l'ensemble des injections de fonds dans l'économie d'une aire. Les *avantages économiques* correspondent aux impacts économiques résultant des nouvelles dépenses. Par exemple, lorsqu'un organisme public dépense des fonds, il y a des impacts liés à ces dépenses qui créent une activité bénéfique pour l'économie locale, laquelle activité n'aurait pas existé sans l'injection de fonds de l'organisme. Mais toutes les dépenses, peu importe par qui et pourquoi elles sont faites, exercent un tel impact (ou un impact semblable). Quand un organisme public effectue des dépenses, par conséquent, les impacts dans une aire seront compensés par une « absence d'impact » dans d'autres aires. L'effet net peut être considéré comme neutre; ce qu'on observe, en fait, c'est une *redistribution des impacts* d'une aire à une autre. Les dépenses des visiteurs en services de tourisme engendrent également des impacts économiques, peu importe si les visiteurs viennent de l'aire de référence ou d'un autre endroit. Mais là encore, les dépenses des touristes sont des montants qui n'ont pas été dépensés ailleurs, de sorte que le gain d'une aire correspond à la perte d'une autre aire, et qu'on est en présence d'une *redistribution des impacts*.

Les impacts associés aux dépenses des organismes publics, ainsi que des touristes qui visitent une aire, **peuvent** être considérés comme des avantages lorsque l'origine des dépenses est extérieure à l'aire évaluée. Par exemple, si l'on évalue les avantages pour le Canada, les impacts économiques associés aux dépenses attribuables à l'événement des visiteurs étrangers (c.-à-d. les dépenses engagées en conséquence directe de l'événement particulier évalué et non pour une autre raison de visiter l'aire concernée) peuvent effectivement être considérées comme un avantage pour le Canada. De même, les impacts des dépenses consacrées par des organismes publics ou des ONG de l'étranger à un événement culturel ou patrimonial peuvent être considérées comme un avantage pour le Canada, si les fonds viennent de l'extérieur du pays. Si l'aire de référence est une province, disons l'Ontario, le raisonnement est le même. Par exemple, les impacts économiques liés aux dépenses de visiteurs venant de l'extérieur de l'Ontario, c'est-à-dire de gens d'autres provinces ou de l'étranger, peuvent être considérés comme un avantage pour l'Ontario. De cette façon, les dépenses des visiteurs des autres provinces et de l'étranger peuvent entrer dans le calcul des impacts à l'intérieur de la province. Les impacts économiques liés aux dépenses des résidents de l'Ontario ne doivent pas être inclus, car ils reflètent une redistribution des fonds à l'intérieur de la province. En outre,

les dépenses du gouvernement fédéral pour un événement ontarien peuvent être considérées comme un avantage (après rajustement pour tenir compte de toute contribution venant de l'Ontario), car les fonds ne proviennent pas des coffres de la province. L'argumentation peut être reprise jusqu'au niveau de l'aire locale. Les éléments clés sont le lieu de résidence des visiteurs et les sources des fonds.

Enfin, il importe de reconnaître que l'analyse des avantages, en particulier, tient compte à la fois de *valeurs financières* et de *valeurs non financières*. Les avantages ne sont pas tous réalisés en argent comptant (et établis par le biais d'un mécanisme du marché); beaucoup peuvent être évalués sous forme d'un montant par diverses techniques quantitatives, mais la valeur n'est pas réellement financière. Par ailleurs, d'autres avantages échappent à toute évaluation monétaire et restent à caractère non financier. Par exemple, une valeur d'existence peut signifier que nous accordons de la valeur au maintien de l'existence d'un site ou d'un événement, mais comme nous n'avons peut-être aucune intention d'aller dans cette voie, cette valeur peut difficilement être quantifiée.

Les considérations qui précèdent devraient aider à comprendre le concept du modèle d'analyse des flux. Elles devraient aussi clairement établir que les mesures strictement financières ne reflètent qu'une partie de la valeur liée aux ressources et aux activités culturelles ou patrimoniales.

## **4. Modèle d'analyse des flux**

Le but de la présente étude est d'établir un modèle permettant aux gestionnaires des sites culturels ou patrimoniaux de comprendre et de calculer l'impact économique de leur site en se fondant sur la composante des dépenses totales des touristes pouvant être expliquée ou motivée par la fréquentation de ce site (ou événement) culturel ou historique, et de comparer cet impact au rendement réellement réalisé par le site. La présente section examine certains des concepts sous-jacents du modèle, décrit l'ensemble de mesures qui font partie du modèle et offre une description des besoins et de la disponibilité des données.

### ***4.1 Concepts du modèle d'analyse des flux***

Comme il est mentionné plus haut, les institutions culturelles et patrimoniales sont maintenues pour de multiples raisons et procurent de nombreux avantages : elles ont une vocation d'éducation, de divertissement, d'information et de présentation de la culture et du patrimoine au public; elles servent à préserver les acquis culturels et offrent la plate-forme pour des activités culturelles et patrimoniales à l'intention des touristes. Il en résulte que ces institutions, de façon générale, ont une orientation sociétale. Compte tenu des fonctions multiples des sites liés à la culture et au patrimoine, la relation entre un site, festival ou événement donné et l'industrie du tourisme peut ne pas revêtir une grande importance pour l'institution. La mesure dans laquelle les sites culturels ou patrimoniaux peuvent attirer des visiteurs et les garder plus longtemps dans la région est un facteur plus important pour l'industrie touristique que pour les sites eux-mêmes. Pour de nombreux

sites liés à la culture ou au patrimoine, l'aire d'intérêt mutuel avec le tourisme peut être relativement restreinte, relativement spécialisée et relativement non rémunératrice. Cela ne veut pas dire que les touristes sont sans importance pour les sites culturels et patrimoniaux – ils représentent souvent une grande part des visiteurs – mais plutôt qu'ils ne sont pas généralement la raison principale de la programmation des événements, des festivals et des expositions.

Le secteur du tourisme est multidimensionnel et recouvre de nombreuses composantes de l'économie. C'est un secteur axé sur les services, constitué d'éléments comme l'hébergement, le transport, la restauration, les loisirs, le divertissement et la vente au détail. Cette orientation « services » fait de ce secteur un important employeur. Toutefois, le principal attribut du secteur est d'être principalement axé sur le profit (c.-à-d. les rendements privés), par opposition aux institutions culturelles et patrimoniales, qui visent généralement à procurer des avantages au public.

Les services touristiques ne sont pas, en soi, l'objet recherché par les touristes – en d'autres termes, ce ne sont pas les lieux d'hébergement, le transport ou la restauration qui, de façon générale, motivent les touristes; ceux-ci sont habituellement amenés à visiter une région pour d'autres raisons. Les principales incitations des touristes sont les suivantes : visites à des parents ou amis, loisirs et détente, découverte de paysages, de cultures et de sites patrimoniaux inconnus, fréquentation de boutiques et magasins, etc. Les festivals, sites, événements et institutions liés à la culture et au patrimoine sont un important aspect de la motivation des touristes. Par exemple, une recherche menée pour la Commission canadienne du tourisme<sup>2</sup> montre que les activités du patrimoine sont classées secondes par les touristes américains et quatrièmes par les touristes canadiens. Il a également été observé que 31 % des touristes canadiens visitent des sites historiques, et que 25 % visitent un musée ou une galerie d'art, lorsqu'ils voyagent au Canada.

#### *4.1.1 Analyse institutionnelle*

Les sites culturels et patrimoniaux reçoivent des visiteurs locaux, des touristes, des chercheurs, des groupes scolaires, etc. La présente étude vise uniquement les touristes. Il est pertinent, dans ce cas, de se demander qui profite des visites de touristes. Il y a trois principaux bénéficiaires :

1. les touristes eux-mêmes (avantages personnels),
2. le site culturel ou patrimonial (revenus/fréquentation),
3. les entreprises touristiques servant les visiteurs (revenus).

L'examen de chacun des types de bénéficiaires aidera à comprendre comment le modèle pourrait fonctionner.

---

<sup>2</sup> Survol des segments de marchés touristiques du Canada et des États-Unis basés sur les activités, préparé pour la Commission canadienne du tourisme, par Research Resolutions & Consulting Ltd., 2003, et Étude sur le marché intérieur du tourisme, étude de recherche, rapport principal, Commission canadienne du tourisme, Coopers & Lybrand Consulting, 1996.

1. Les touristes eux-mêmes (avantages personnels) – Les touristes retirent des avantages personnels de leur fréquentation d'un site, d'un événement ou d'une attraction. Ces avantages peuvent être mesurés de deux façons :
  - i) le montant qu'ils ont versé pour profiter du site ou de l'événement,
  - ii) le montant qu'ils auraient été prêts à payer en sus du montant versé pour profiter du site ou de l'événement (c.-à-d. le surplus du consommateur).La première mesure peut être déterminée d'après la comptabilité du site, tandis que la deuxième doit être établie par des méthodes d'enquête. Toutefois, puisque les avantages personnels mesurés de la deuxième façon sont des avantages avec lesquels repartent les visiteurs, et puisque la présente étude porte uniquement sur les touristes (c.-à-d. les gens venant de l'extérieur de l'aire d'intérêt), cette deuxième mesure peut être considérée comme une exportation (c.-à-d. qu'elle n'est pas retenue dans l'aire concernée) et laissée de côté si on le désire. Il serait plus intéressant d'étudier les avantages en termes de surplus du consommateur qui sont conservés dans l'aire étudiée, mais ce n'est pas le but de ce modèle.
2. Le site culturel ou patrimonial (revenus/fréquentation) – Le site lui-même réalise des recettes grâce aux frais payés par l'ensemble des visiteurs. Les revenus perçus auprès des touristes devraient pouvoir être isolés du total des revenus afin que la contribution des touristes puisse être calculée. En outre, si d'autres mesures d'activité et d'utilisation du site sont importantes, le nombre de visiteurs provenant de l'extérieur de l'aire locale (c.-à-d. de touristes, peu importe comment ils sont définis) devrait être relevé d'une façon qui permette de déterminer leur importance relative.
3. Les entreprises touristiques servant les visiteurs (revenus) – Les entreprises qui servent les touristes tirent des revenus des dépenses que font ces derniers en biens et en services. Le total de ces revenus correspond au total des dépenses faites par les touristes qui visitent les sites culturels ou patrimoniaux. Toutefois, en général, les dépenses de ces visiteurs ne sont pas toutes attribuées aux sites culturels et patrimoniaux, pour plusieurs raisons possibles :
  1. visiteurs voyageant dans plusieurs buts (le site culturel ou patrimonial n'étant qu'un d'entre eux);
  2. visiteurs ayant plusieurs destinations (le site culturel ou patrimonial n'étant qu'une d'entre elles);
  3. visiteurs présents pour des activités non reliées au site;
  4. visiteurs qui n'avaient aucune intention de visiter le site, mais qui y sont amenés par un parent ou un ami.

Dans chacun de ces cas, des rajustements doivent être apportés au total des dépenses des visiteurs pour mieux estimer les dépenses effectivement attribuables au site. Après de tels rajustements, on peut obtenir une estimation des dépenses des visiteurs attribuables aux sites culturels ou patrimoniaux. Ce sont les dépenses qui peuvent être légitimement créditées à ces sites.

Il est à signaler que les revenus perçus par les entreprises de tourisme devraient être soumis à une analyse plus approfondie pour permettre d'estimer l'impact des dépenses des visiteurs sur d'autres secteurs économiques, sur l'emploi et sur les recettes fiscales. Il s'agit de l'étude des impacts économiques des dépenses des touristes, et ces impacts font partie intégrante de l'analyse des avantages financiers liés aux sites culturels et patrimoniaux.

Ces trois catégories d'avantages ne peuvent être additionnées, car des valeurs seraient comptées en double. Par exemple, les frais d'entrée payés par les touristes et inclus dans la valeur de l'avantage personnel qu'ils retirent de leur visite au site sont les revenus perçus par le site culturel ou patrimonial lui-même; c'est seulement une façon différente de considérer cette valeur financière. De même, les frais d'entrée payés doivent être soustraits du total des dépenses des visiteurs décrit dans la troisième catégorie, sinon il y aura de nouveau un compte en double. Il est important que la façon de comptabiliser ces valeurs soit gardée à l'esprit tout au long de l'analyse pour réduire de telles possibilités de double compte.

L'information produite à l'aide des valeurs ci-dessus peut servir à évaluer l'impact financier du site culturel ou patrimonial sur la collectivité, la province ou le pays, ainsi que sur l'institution elle-même (l'analyse des flux).

#### ***4.2 Mesures du modèle d'analyse des flux***

Le « modèle d'analyse des flux » comporte trois mesures de l'impact des touristes qui visitent des sites culturels et patrimoniaux :

1. Les revenus reçus par le site de la part des touristes : le ***rendement pour le site***;
2. Les dépenses de tourisme qui sont attribuables au site : le ***rendement pour le secteur du tourisme***;
3. L'impact sur l'économie des dépenses de tourisme attribuables au site culturel ou patrimonial : le ***rendement pour l'économie***.

Les sites culturels et patrimoniaux qui ont la capacité de distinguer les touristes des autres visiteurs devraient pouvoir établir ces mesures sans grande difficulté. Ainsi, le rendement direct pour le site ou l'institution des dépenses des touristes peut être calculé sur une période particulière, tout comme on peut évaluer l'importance du total des dépenses des touristes pour l'aire concernée sur la même période.

Dans des termes un peu différents, le modèle d'analyse des flux mesure ce qui suit : rendement pour l'institution elle-même provenant des dépenses des touristes; dépenses de tourisme totales engendrées; et impact économique résultant des dépenses totales des touristes attribuables à l'institution dans l'aire de référence (p. ex. aire locale, province, territoire, région ou pays). Ces mesures doivent viser une période particulière, par exemple un an, ou encore la durée d'une exposition spéciale, d'un événement ou d'un

festival. Les sites qui ont la capacité de distinguer entre les touristes et les autres visiteurs peuvent produire ces mesures s'ils disposent des autres données d'appui.

Il importe de souligner que même si le terme « rendement » est employé ci-dessus, il n'est pas possible d'évaluer un « rendement au sens comptable » sans disposer d'une grande quantité d'information détaillée et que, le plus souvent, cette information n'est pas disponible. Par exemple, pour qu'un site puisse déterminer quel rendement, sur un investissement, provient des dépenses attribuables au tourisme, il faudrait qu'il puisse calculer la part de l'investissement qui était destinée aux touristes seulement. Puisque les sites font leurs investissements et élaborent leurs programmes en fonction de l'ensemble des visiteurs (touristes et visiteurs locaux), il n'est pas réaliste de tenter d'isoler l'investissement (s'il en est) qui visait uniquement les touristes. Même si c'était possible de le faire, il y aurait sans doute des zones de chevauchement et d'incertitude, ce qui rendrait l'analyse fragile et peu fiable. Le terme rendement, par conséquent, est plutôt utilisé comme un nombre indépendant, et non comme un montant par rapport à un investissement.

#### *4.2.1 Besoins d'information*

L'information suivante est nécessaire pour déterminer le rendement financier des dépenses des touristes attribuables au site ou à l'événement culturel ou patrimonial, pour l'institution, pour le secteur du tourisme, et pour l'ensemble de l'économie :

- Nombre de visiteurs qui sont des touristes (ou pourcentage des visiteurs qui sont des touristes et nombre total de visiteurs);
- revenus reçus par l'événement, le festival ou le site en provenance de l'ensemble des visiteurs;
- revenus reçus par le site en provenance des touristes seulement;
- dépenses totales détaillées des touristes selon les différentes aires (p. ex. aire locale, province, pays);
- pourcentage du total des dépenses des visiteurs attribuables au site ou à l'événement culturel ou patrimonial (différents éléments d'information peuvent servir à ce calcul)
- impacts économiques des dépenses des touristes selon l'aire (p. ex. aire locale, province, pays) attribuables au site ou à l'événement culturel ou patrimonial.

Cette information permet de calculer chacune des trois mesures présentées plus haut et définies dans la section qui suit.

#### *4.2.2 Définition des mesures*

La présente section explique de manière plus détaillée comment sont calculées les mesures incluses dans le modèle.

#### **Mesure 1 - Rendement pour le site**

Cette mesure produit un montant reflétant les revenus réels reçus des touristes par le festival, le site, l'événement ou l'exposition. Ce montant peut être comparé au total des

revenus reçus de l'ensemble des visiteurs au site, ce qui donne une indication de l'importance des revenus du tourisme pour le site. Ce montant peut également être comparé aux dépenses totales moyennes faites par les touristes pour connaître la proportion de ce total qui est revenue au site.

#### Méthode de calcul des revenus provenant des touristes

Le site doit être capable de faire la distinction entre les touristes et les visiteurs locaux et de déterminer les frais qui sont payés par les touristes qui viennent au site. La façon de le faire variera selon l'institution ou le site. Les sites ont différentes façons de recueillir les revenus et de comptabiliser les visiteurs, dont certaines rendent cette tâche facile. Voici des exemples :

- certains demandent un code postal ou « zip » au moment du paiement
- certains ont des frais différents pour les visiteurs non locaux
- certains ne demandent rien aux visiteurs au moment de la perception des frais
- certains ont un système d'inscription qui recueille de l'information sur tous les visiteurs
- certains ne recueillent aucuns frais ou font appel aux dons volontaires
- certains utilisent d'autres méthodes ou une combinaison des précédentes.

Il incombe aux sites de déterminer la meilleure façon d'évaluer les revenus reçus des touristes. Dans certains cas, le système en place permet de faire le calcul, mais parfois, une enquête auprès des visiteurs sera nécessaire pour déterminer le lieu d'origine. Si les frais sont les mêmes pour tous les visiteurs, par exemple, une enquête déterminant quel pourcentage sont des touristes et quel pourcentage sont des visiteurs locaux mènera au résultat voulu. Peu importe le système utilisé, l'objectif est de déterminer les revenus reçus des touristes.

La définition de « touriste » variera selon l'aire faisant l'objet de l'analyse. S'il s'agit d'une petite ville, des visiteurs venant de la même région peuvent être considérés comme des touristes; par contre, si l'aire de référence est une province, il se peut que seuls les visiteurs venant de l'extérieur de la province soient considérés comme des touristes. On peut aussi définir les touristes selon d'autres critères, par exemple considérer comme touristes tous les visiteurs venant d'au-delà de 50 kilomètres. Il importe de souligner que la définition de touriste peut varier si l'on change l'aire de référence.

Le montant de la mesure 1 (rendement pour le site) sera relativement faible dans la plupart des situations, mais peut être très élevé dans le cas d'expositions de « classe mondiale » à grande visibilité.

#### **Mesure 2 - Rendement pour le secteur du tourisme**

La deuxième mesure vise à calculer le montant des dépenses de tourisme qui sont attribuables à l'existence du site. Elle permet de connaître les revenus reçus par le secteur du tourisme grâce au site, ce qui aide à établir les revenus qui sont engendrés au profit des entreprises du secteur. Bien que le rendement pour le site puisse être peu élevé, les revenus qui échoient aux entreprises touristiques peuvent être considérables.

### Méthode de calcul des dépenses des touristes

Il y a de nombreuses façons de calculer les dépenses des touristes. Des données primaires issues d'enquêtes procurent la meilleure information, mais c'est un processus très coûteux; les sources secondaires sont plus abordables, mais donnent des résultats moins précis. Idéalement, une information à la fois exacte et détaillée sur les dépenses des touristes devrait être recueillie. Les données devraient indiquer tous les biens et services achetés dans l'aire de référence, ou encore dans les diverses aires concernées si l'analyse doit porter sur plusieurs aires.

Les dépenses des visiteurs sont normalement groupées en plusieurs grandes catégories : transport, hébergement, restauration, loisirs et divertissement, autres achats au détail. Chacune de ces catégories peut être décomposée en éléments plus détaillés, mais si les dépenses de ces catégories générales peuvent être déterminées, la poursuite de l'analyse s'en trouve facilitée.

Une fois déterminées les dépenses des touristes, il faut calculer la proportion de ces dépenses qui est attribuable à l'existence du site. Comme nous l'avons vu, de multiples raisons font que les dépenses ne peuvent généralement être attribuées en entier à la présence du site, de sorte qu'un rajustement s'impose. Divers éléments d'information peuvent aider à faire ce rajustement :

- questions d'enquête établissant l'importance relative du site dans la visite ou la motivation qu'il a représentée;
- temps consacré à la visite du site (pourcentage de la journée);
- nombre des autres destinations et activités du voyage;
- but visé par le voyage;
- nombre de nuits passées hors du foyer;
- combinaison des éléments ci-dessus.

### **Mesure 3 - Rendement pour l'économie**

La troisième mesure produit une estimation de l'impact sur l'économie des dépenses des touristes qui peuvent être attribuées au site, à l'exposition ou à l'événement culturel ou patrimonial. Elle décrit l'impact des dépenses des touristes attribuables au site non seulement sur le secteur du tourisme, mais sur l'économie en général. La mesure permet au site de faire valoir la vaste portée des effets qu'il engendre grâce aux dépenses des touristes. Il est important pour les sites de mettre en lumière leurs liens avec les autres secteurs de l'économie (quand c'est possible), et c'est là un moyen de quantifier ces liens et d'indiquer les montants que rapporte leur présence. L'analyse de l'impact sur l'économie permet également d'estimer les recettes fiscales, une information dont le site peut se servir pour faire apprécier aux organismes subventionnaires du secteur public ce qu'ils recevront comme retombées des dépenses des touristes.

### Méthode de calcul de l'impact des dépenses des touristes

La façon la plus simple de calculer l'incidence sur l'économie des dépenses de tourisme attribuables à un site est d'utiliser un modèle d'analyse d'impact économique. Le modèle EIMAH (modèle d'étude des retombées économiques appliqué au secteur des arts et du patrimoine), mis au point par le ministère du Patrimoine canadien, est relativement facile à utiliser et produit un ensemble standard d'estimations de l'impact économique. Ce modèle peut être obtenu auprès du ministère sous forme de partageiel (c.-à-d. sans frais). Il existe divers autres modèles accessibles auprès de plusieurs sources : sociétés de services-conseils, universités et organismes publics, notamment Statistique Canada. Le modèle EIMAH est basé sur l'information de Statistique Canada et comporte des multiplicateurs propres à chaque province et territoire. Il produit une estimation prudente, mais fiable, des impacts économiques. Toutefois, il ne décrit pas les liens détaillés avec d'autres secteurs de l'économie; il fournit seulement une estimation des retombées globales.

#### **Mesure 4 – Modèle d'analyse des flux**

La quatrième mesure combine les résultats des trois premières mesures (les mesures financières) et permet d'évaluer l'importance des touristes pour le site, l'événement ou le festival, ainsi que les flux des dépenses de tourisme revenant au site et les flux de l'impact économique du tourisme revenant au site. Le premier calcul montre l'importance relative des revenus provenant des touristes en proportion du total des revenus, et s'effectue comme suit :

$$\text{A. Flux de revenus du site provenant des touristes} = \frac{\text{Rendement pour le site}}{\text{Total des revenus}} * 100$$

Le deuxième et le troisième calculs peuvent être faits de deux façons, selon l'aspect qu'on veut mettre en évidence. Une façon consiste à créer un pourcentage montrant combien *les flux revenant au site sont peu élevés* :

$$\text{B1. Flux du tourisme revenant au site} = \frac{\text{Rendement pour le site}}{\text{Rendement pour le secteur du tourisme}} * 100$$

$$\text{C1. Flux de l'économie revenant au site} = \frac{\text{Rendement pour le site}}{\text{Rendement pour l'économie}} * 100$$

L'autre façon consiste à montrer combien le site apporte des *flux relativement élevés* au secteur du tourisme et à l'économie; elle utilise les rapports inverses de ceux de la première méthode et exprime les résultats sous forme de multiplicateurs par rapport au rendement pour le site :

$$\text{B2. Retombées du site pour le tourisme} = \frac{\text{Rendement pour le secteur du tourisme}}{\text{Rendement pour le site}}$$

$$\text{C2. Retombées du site pour l'économie} = \frac{\text{Rendement pour l'économie}}{\text{Rendement pour le site}}$$

Chacun de ces calculs de flux utilise les revenus réels perçus par le site auprès des touristes pour créer des pourcentages des rendements financiers attribuables aux touristes, ou encore des facteurs montrant les retombées pour le secteur du tourisme et l'économie.

C'est l'ensemble de ces mesures (mesures 1 à 4) qui constitue le modèle d'analyse des flux. Toutefois, le modèle peut être exécuté jusqu'à n'importe quel niveau, selon l'information dont on dispose pour l'analyse ou la capacité de l'institution de réaliser une étude d'impact économique. Évidemment, plus le modèle d'analyse des flux sera complet, meilleurs seront les résultats.

#### *4.2.3 Utilisation des mesures*

Comme l'indiquent les différentes descriptions, les montants issus du calcul des trois premières mesures peuvent être utilisés de nombreuses façons. Leur utilisation dépendra des circonstances et de la disponibilité d'autres données à chaque site, ainsi que de l'objectif visé par les calculs. La mesure 4 utilise les résultats des trois mesures financières pour produire des flux en pourcentage que n'importe quel site, événement ou institution devrait pouvoir produire pour illustrer son importance. D'autres usages de chacune des mesures financières pourraient être les suivants :

##### **Mesure 1 (rendement pour le site)**

- a) revenus provenant des touristes en pourcentage du total des revenus;
- b) revenus moyens provenant des touristes en pourcentage de leurs dépenses quotidiennes moyennes ou attribuables au voyage.

##### **Mesure 2 (rendement pour le secteur du tourisme)**

- a) total des revenus provenant des touristes en pourcentage de leurs dépenses quotidiennes totales ou attribuables au voyage;
- b) total des dépenses des touristes attribuables au site en comparaison du budget total du site (ou du budget d'une exposition spéciale, etc.);
- c) liste en ordre décroissant des entreprises de tourisme qui retirent le plus de revenus des dépenses des touristes attribuables au site.

##### **Mesure 3 (rendement pour l'économie)**

- a) impact économique total associé aux dépenses des touristes attribuables au site, mesuré en termes i) de valeur ajoutée au PIB, ii) de revenu du travail, iii) d'emploi et iv) de recettes fiscales;
- b) valeur des subventions reçues du secteur public en pourcentage des recettes fiscales engendrées par les dépenses attribuables au site;
- c) revenus du site provenant des touristes en pourcentage de la valeur ajoutée au PIB;
- d) emploi au site en pourcentage de l'impact total sur l'emploi;

e) coûts de main-d'œuvre au site en pourcentage de l'impact total sur le revenu du travail.

D'autres ratios fondés sur l'information produite par le modèle pourraient être jugés utiles par les institutions ou les sites. Il leur incombe de les concevoir de la façon qui leur convient.

## 5. Exemple

Un exemple a été mis au point pour montrer comment le modèle pourrait être appliqué. **Cet exemple est fictif.** Toutefois, sans se rapporter à aucun cas particulier, les données utilisées représentent une combinaison réaliste de diverses situations possibles. Par ailleurs, les données sur les dépenses ont été soumises au modèle EIMAH, de façon à produire des exemples du niveau prudent de retombées calculées par ce modèle d'analyse d'impact économique<sup>3</sup>.

Supposons, pour les besoins de notre exemple, que les données suivantes ont été rassemblées et soumises au modèle d'analyse des flux, par suite d'une importante exposition tenue récemment dans un musée :

1. Des visiteurs sont venus de partout dans le monde pour voir l'exposition et devaient payer des frais d'entrée uniformes (2,00 \$ par personne);
2. Les frais étaient imposés d'une telle manière que le musée pouvait déterminer les revenus selon l'origine des visiteurs;
3. Une enquête auprès des visiteurs a permis d'obtenir diverses données à leur sujet, ainsi que sur leurs dépenses dans le cadre de leur voyage au musée;
  - a. les données sur les dépenses ont été recueillies sous forme d'un total pour le voyage, plutôt que selon les différentes aires (aire locale, province, pays);
  - b. des données détaillées sur les dépenses ont été amassées pour permettre une analyse d'impact économique;
4. L'enquête auprès des visiteurs a aussi permis de déterminer dans quelle mesure l'exposition avait motivé le voyage.

Le musée a donc recueilli l'information nécessaire à un traitement à l'aide du modèle d'analyse des flux, ce qui permet de produire des estimations de chacune des mesures. Un sommaire des données disponibles en vue d'une évaluation par le modèle d'analyse des flux est présenté au tableau 1.

---

<sup>3</sup> Il importe de rappeler que le modèle EIMAH produit des estimations très prudentes de l'impact économique, car il mesure seulement les incidences directes et indirectes découlant d'une dépense. Les incidences induites ne sont pas incluses dans le modèle.

À partir des données quantitatives établies, les mesures faisant partie du modèle d'analyse des flux ont pu être calculées, le Canada étant considéré comme l'aire de référence. Des données plus détaillées seraient nécessaires pour permettre de calculer les mesures du modèle en fonction d'autres aires (p. ex. aire locale ou province). Toutefois, il est utile de rappeler que la plupart des dépenses signalées par les participants à l'enquête auront vraisemblablement été faites dans l'aire locale.

Tableau 1					
Exemples de données – Importante exposition dans un musée					
Information	Visiteurs locaux (autres que des touristes)	Origine des touristes			Total
		Intérieur de la province	Autres provinces	Autres pays	
Nombre de visiteurs	100 000	100 000	30 000	2 000	232 000
Revenus – visiteurs locaux – <b>touristes</b>	200 000 \$	<b>200 000 \$</b>	<b>60 000 \$</b>	<b>4 000 \$</b>	<b>264 000 \$ (A)</b>
Dépenses dans l'aire locale					
Transport		3 000 000 \$	2 250 000 \$	300 000 \$	5 550 000 \$
Hébergement		2 500 000 \$	1 875 000 \$	250 000 \$	4 625 000 \$
Restauration	S. o.	2 500 000 \$	1 875 000 \$	250 000 \$	4 625 000 \$
Loisirs/Divertissement		1 000 000 \$	750 000 \$	100 000 \$	1 850 000 \$
Autres		1 000 000 \$	750 000 \$	100 000 \$	1 850 000 \$
Total		10 000 000 \$	7 500 000 \$	1 000 000 \$	18 500 000 \$
% des dépenses attribuables à l'exposition	S. o.	85 %	54 %	65 %	
Total des dépenses attribuables à l'exposition		<b>8 500 000 \$</b>	<b>4 050 000 \$</b>	<b>650 000 \$</b>	<b>13 200 000 \$ (B)</b>
Impact économique des dépenses attribuables au musée selon l'aire de référence					
	Aire locale*	À l'intérieur de la province	À l'intérieur du pays		
Valeur ajoutée au PIB	3,3 millions \$	5,1 millions \$	<b>6,7 millions \$ (C)</b>		
Revenu du travail	2,4 millions \$	3,4 millions \$	4,2 millions \$		
Emploi (a.-p.)	101	131	154		
Recettes fiscales	(non disponible)	0,4 million \$	0,5 million \$		
* basé sur les impacts directs seulement S. o. – Sans objet a.-p. – années-personnes					

Les mesures du modèle d'analyse des flux, établies à partir des données ci-dessus relatives à l'exposition du musée fictif, sont les suivantes :

**Mesure 1 – Rendement pour le musée**

Revenus reçus des touristes : 264 000 \$  
(montant « A » du tableau 1)

**Mesure 2 – Rendement pour le secteur du tourisme**

Dépenses de tourisme attribuables au musée : 13 200 000 \$  
(montant « B » du tableau 1)

**Mesure 3 – Rendement pour l'économie**

Valeur ajoutée au PIB pour l'économie canadienne : 6 700 000 \$  
(montant « C » du tableau 1)

**Mesure 4 – Modèle d'analyse des flux**

A. Flux de revenus du site provenant des touristes – 56,9 %  
 $[(264\ 000\ \$ / (200\ 000\ \$ + 264\ 000\ \$)) * 100]$

B1. Flux du tourisme revenant au site – 2 % des dépenses de tourisme  
 $[(264\ 000\ \$ / 13\ 200\ 000\ \$) * 100]$

C1. Flux de l'économie revenant au site – 3,9 % de l'impact économique  
 $[(264\ 000\ \$ / 6\ 700\ 000\ \$) * 100]$

B2. Retombées du site pour le tourisme – 50 fois le flux au site  
(13 200 000 \$ / 264 000 \$)

C2. Retombées du site pour l'économie – 25,4 fois le flux au site  
(6 700 000 \$ / 264 000 \$)

Voici des exemples d'énoncés qui pourraient faire expliquer les résultats du modèle d'analyse des flux (mesure 4) :

« Pour l'exposition spéciale tenue au musée, les touristes ont représenté 56,9 % du total des revenus. Toutefois, les revenus perçus auprès des touristes n'ont représenté que 2 % de leurs dépenses attribuables à la tenue de l'exposition, et seulement 3,9 % de l'impact de ces dépenses sur l'ensemble de l'économie. »

Autre énoncé possible :

« Pour l'exposition spéciale tenue au musée, les touristes ont payé des frais de 264 000 \$, soit 56,9 % du total des revenus. Toutefois, les touristes ayant visité

l'exposition ont dépensé 50 fois ce montant (13,2 millions \$) en biens et services touristiques et, en termes d'impact sur le PIB, leurs dépenses ont représenté 25 fois (6,7 millions \$) le montant qu'ils ont versé au musée pour l'exposition. »

## 6. Sommaire

En résumé, le modèle d'analyse des flux nécessite les données suivantes pour permettre d'établir les mesures décrites :

1. Rendement pour le site
  - a) information sur les revenus perçus auprès de tous les visiteurs
  - b) information sur les revenus perçus auprès des touristes seulement
  
2. Rendement pour le secteur du tourisme
  - a) information sur les dépenses des touristes venus visiter le site
  - b) information sur la part des dépenses des touristes qui était attribuable à l'existence de l'activité, de l'exposition, du festival, du site, etc. à caractère culturel ou patrimonial
  
3. Rendement pour l'économie
  - a) information détaillée sur les dépenses des touristes attribuables à l'activité, à l'exposition, au festival, au site, etc. culturel ou patrimonial
  - b) modèle d'analyse d'impact économique pour produire des estimations de l'impact sur le produit intérieur brut (et d'autres mesures) découlant des dépenses des touristes; ou capacité de faire calculer de telles estimations

Les gestionnaires de chaque activité, événement, festival ou site culturel ou patrimonial décideront, de leur propre initiative, comment obtenir cette information, en fonction des ressources disponibles. Il importe de souligner, cependant, que ce n'est pas nécessairement une tâche coûteuse ou lourde, même s'il faudra peut-être du temps pour amasser l'information nécessaire à l'application du modèle d'analyse des flux à certains sites, événements, expositions ou institutions culturels ou patrimoniaux. Plus l'information utilisée est exacte et sûre, plus les résultats seront crédibles et utiles.

Le modèle d'analyse des flux que nous avons présenté aidera, nous l'espérons, les activités, événements et sites culturels et patrimoniaux à mieux comprendre leur relation avec le secteur du tourisme et avec l'économie en général. Nous espérons également qu'il apportera une contribution utile à ces sites et événements en permettant au public d'apprécier l'important rôle économique qu'ils jouent.

## *Bibliographie*

Survol des segments de marchés touristiques du Canada et des États-Unis basés sur les activités, préparé pour La Commission canadienne du tourisme, par Research Resolutions & Consulting Ltd., 2003.

Ontario Travel Discoveries, First Anniversary Edition, automne 2005.

An Economic Benefits Framework for Historic Places, préparé pour la Direction du programme des lieux historiques, Parcs Canada, *The Outspan Group*, 2005.

Socio-Economic Benefits Framework Applied to the Cultural Sector, Discussion Paper, document rédigé pour le Centre national des arts, la Commission de la capitale nationale et le ministère du Patrimoine canadien, *The Outspan Group*, mars 1999.

Barbier, E.B., Acreman, M.C. et Knowler, D., Economic Valuation of Wetlands, A Guide for Policy Makers and Planners, Ramsar Convention Bureau, Gland, Suisse, 1997.

Pleins feux sur le tourisme patrimonial, suggestions concrètes pour l'industrie du tourisme, Commission canadienne du tourisme et La Fondation Héritage Canada, mars 2004.

Étude sur le marché intérieur du tourisme, étude de recherche, rapport principal, Commission canadienne du tourisme, Coopers & Lybrand Consulting, 1996.