

PROJET PILOTE SUR L'ÉVALUATION DES IMPACTS ÉCONOMIQUES

INITIATIVE FÉDÉRALE-PROVINCIALE-
TERRITORIALE SUR LE RAPPORT
CULTURE/PATRIMOINE ET TOURISME
Groupe de travail de recherche sur la répartition des bénéfices économiques

Mars 2006

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 le rapport culture/patrimoine et tourisme est prêt à répondre aux requêtes. Il est possible de le rejoindre à 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

Sommaire.....	4
Introduction.....	6
L'importance de données fiables.....	7
Méthodologie	
Choix des sites et liaison.....	8
Collecte des données	10
Analyse des données.....	11
Résultats de l'évaluation des impacts économiques	
Royal Saskatchewan Museum.....	13
Folk on the Rocks.....	16
Barkerville.....	17
Principales constatations et recommandations	18
Conclusion.....	21
Annexes	
Annexe A : Documents de communication.....	22
Annexe B : Sondage auprès des visiteurs	24
Annexe C : Manuel de formation	31

SOMMAIRE

Les organismes de la culture et du patrimoine doivent de plus en plus souvent établir une évaluation des impacts économiques de leurs activités afin de justifier leurs demandes de fonds privés et publics. L'évaluation des impacts économiques (EIE) a d'abord pour objet de chiffrer approximativement les dépenses touristiques qui ont été faites sur le site d'un événement culturel ou patrimonial puis de se servir de cette donnée pour estimer les relations économiques entre ces dépenses et l'économie dans son ensemble.

L'évaluation des impacts économiques mesure les éléments suivants :

- montant des dépenses touristiques;
- pourcentage des ventes attribuables au tourisme;
- part du revenu des ménages imputable au tourisme;
- évolution de l'emploi découlant du tourisme;
- recettes fiscales générées par le tourisme.

L'établissement d'une EIE passe par les étapes suivantes : premièrement, collecte de statistiques relatives aux visiteurs (par exemple, profil démographique, motifs de la visite, dépenses effectuées) à un site donné; deuxièmement, épuration, pondération et analyse des données; finalement, intégration de ces données à un modèle d'analyse des impacts économiques en vue d'estimer l'incidence des visiteurs du site sur l'économie dans son ensemble.

À cause de l'intérêt grandissant que suscitent les EIE, le Groupe de travail de la recherche sur la répartition des bénéfices économiques, dans le cadre de l'Initiative fédérale-provinciale-territoriale sur le rapport culture/patrimoine et tourisme, a lancé un petit projet pilote visant à tester les variables nécessaires à l'établissement d'une EIE, notamment le recours à des appareils portatifs pour recueillir les données relatives aux visiteurs, la faisabilité d'employer des bénévoles afin de recueillir des données et les conséquences de l'utilisation d'une méthode normalisée de collecte de données. Initialement, le Groupe de travail avait aussi l'intention d'utiliser des EIE afin de calculer le rendement économique, pour un site ou un événement, de son investissement dans les activités touristiques, mais en raison des constatations relatives au processus, cette mesure n'a pu avoir lieu.

À l'été 2005, trois sites/événements culturels ou patrimoniaux relevant des administrations auxquelles appartiennent les membres du Groupe de travail ont été choisis pour participer au projet pilote. Chaque site a effectué des sondages auprès des visiteurs au moyen d'appareils portatifs et (ou) de questionnaires sur papier. Les données ont été recueillies puis analysées par des chercheurs au ministère du Patrimoine canadien aux fins d'une analyse des impacts économiques. Bien qu'un seul des sites ait pu recueillir suffisamment de données pour permettre une analyse économique fiable, le Groupe de travail a pu tirer des leçons précieuses qui éclaireront les intervenants culturels et patrimoniaux lorsqu'ils entreprendront une évaluation des impacts économiques dans l'avenir.

Une forte proportion de touristes voyagent dans le but de découvrir le patrimoine ou de s'exposer à la culture de la région. En connaissant mieux les impacts économiques des activités touristiques grâce aux données recueillies par l'EIE, on pourra s'assurer d'un meilleur soutien de la part des collectivités et d'une collaboration accrue entre les intervenants du secteur de la culture et du patrimoine et ceux du secteur du tourisme. Une évaluation des impacts économiques monopolise cependant des ressources importantes.

Le projet pilote mené par le Groupe de travail de recherche sur la répartition des bénéfices économiques a permis de constater que, si les coordonnateurs et les intervieweurs peuvent parfois accorder toute son

importance à l'EIE, la capacité restreinte de bon nombre d'organismes sans but lucratif peut perturber la collecte de données. Il est primordial de prendre cette situation en considération lorsqu'on planifie une évaluation des impacts économiques. En offrant un soutien aux sites dans la création de mesures quantifiables qui donnent des renseignements cohérents et fiables sur les impacts économiques, non seulement obtient-on un portrait clair des avantages économiques liés au tourisme, mais on peut aussi mieux justifier la hausse de niveaux de financement, compte tenu plus particulièrement que l'évaluation des impacts économiques est de plus en plus souvent exigée dans le cadre des demandes de fonds publics. Il est essentiel que les intervenants du secteur de la culture et du patrimoine soient appuyés à cet égard. Il peut également être avantageux pour les sites de nouer des partenariats avec d'autres événements ou sites de manière à mettre toutes les ressources en commun pour l'embauche d'un coordonnateur externe chargé de l'EIE ainsi que d'intervieweurs rémunérés.

INTRODUCTION

Les organismes de la culture et du patrimoine doivent de plus en plus souvent produire une estimation des impacts économiques de leurs activités afin de justifier leurs demandes de fonds privés et publics. Ces évaluations des impacts économiques (EIE) ont d'abord pour objet de chiffrer approximativement les dépenses touristiques qui ont été faites sur le site d'un événement culturel ou patrimonial puis d'utiliser cette donnée pour estimer les relations économiques entre ces dépenses et l'économie dans son ensemble.

Les évaluations des impacts économiques mesurent les éléments suivants :

- montant des dépenses touristiques;
- pourcentage des ventes attribuables au tourisme;
- part du revenu des ménages imputable au tourisme;
- évolution de l'emploi découlant du tourisme;
- recettes fiscales générées par le tourisme.

L'établissement d'une EIE passe par les étapes suivantes : premièrement, collecte de statistiques relatives aux visiteurs (p. ex., motifs de la visite, dépenses effectuées) à un site donné; deuxièmement, ces statistiques doivent être épurées, pondérées et analysées; finalement, ces données doivent être intégrées à un modèle d'analyse des impacts économiques en vue d'estimer l'incidence des visiteurs du site sur l'économie dans son ensemble.

À cause de l'intérêt grandissant que suscitent les EIE, le Groupe de travail de la recherche sur la répartition des bénéfices économiques, dans le cadre de l'Initiative fédérale-provinciale-territoriale sur le rapport culture/patrimoine et tourisme, a lancé un petit projet pilote visant à tester les variables nécessaires à l'établissement d'une EIE, notamment le recours à des appareils portatifs pour recueillir des données sur les visiteurs, la faisabilité d'employer des bénévoles afin de recueillir des données et les conséquences de l'utilisation d'une méthode normalisée de collecte de données. Initialement, le Groupe de travail avait aussi l'intention d'utiliser des EIE afin de calculer le rendement économique, pour un site ou un événement, de son investissement dans les activités touristiques, mais en raison des constatations relatives au processus, cette étape n'a pu avoir lieu.

À l'été 2005, trois sites/événements culturels ou patrimoniaux relevant des administrations auxquelles appartiennent les membres du Groupe de travail ont été choisis pour participer au projet pilote. Chaque site a effectué des sondages auprès des visiteurs au moyen d'appareils portatifs et (ou) de questionnaires sur papier. Les données ont été recueillies puis analysées par des chercheurs au ministère du Patrimoine canadien aux fins d'une analyse des impacts économiques. Bien qu'un seul des sites ait pu recueillir suffisamment de données pour permettre une analyse économique fiable, le Groupe de travail a pu tirer des leçons précieuses qui éclaireront les intervenants culturels et patrimoniaux lorsqu'ils entreprendront une évaluation des impacts économiques dans l'avenir.

L'IMPORTANCE DE DONNÉES FIABLES

Il est important que les organismes de la culture et du patrimoine aient un tableau économique fiable et réaliste de leurs événements. Tout comme une bonne recette doit s'accompagner de bons ingrédients, une bonne EIE doit être fondée sur des données fiables. La production d'une estimation des impacts économiques de qualité qui s'accompagne de résultats statistiquement fiables nécessite également des compétences et des ressources humaines et financières. L'absence d'une méthode et (ou) d'exigences normalisées pour effectuer une EIE fait en sorte que les décideurs ne disposent pas actuellement d'une base de comparaison commune et crédible.¹

Le groupe de travail a établi un partenariat avec plusieurs organismes et ministères qui œuvrent dans le secteur du tourisme dans le cadre d'une initiative nord-américaine ayant pour objet d'élaborer une série d'outils normalisés de collecte des données pour les intervenants de la culture, du patrimoine et du tourisme. L'adoption de ces lignes directrices pour la collecte et l'analyse des données de l'estimation des impacts économiques permettra d'obtenir une base de comparaison commune et crédible. Les organismes et les sites pourront également déterminer s'ils peuvent, de manière réaliste, entreprendre une estimation des impacts économiques et s'acquitter des tâches requises pour produire des estimations cohérentes et crédibles de la valeur touristique de leur événement, compte tenu des ressources qui sont à leur disposition pour accomplir cette tâche.

Alors qu'une méthodologie normalisée était en voie d'être élaborée pendant le projet pilote, le groupe de travail a pu utiliser des renseignements concernant la méthodologie préliminaire. Maintenant qu'elle est achevée, la méthodologie fera l'objet d'autres essais.

¹ Selon la publication de Rogers intitulée *Guidelines for Measuring Tourism Economic Impact, Economic Value of Fairs and Festivals*, Research Resolutions & Consulting Ltd., juin 2005, ce ne sont pas tous les sites qui doivent et (ou) qui peuvent mesurer les retombées économiques. La collecte de renseignements appropriés pour produire des estimations crédibles des retombées économiques d'un événement sur le plan touristique demande du temps et des efforts. Avant de prendre une décision, chaque organisateur d'un événement doit pondérer les avantages et les coûts liés aux étapes requises. Si, par exemple, votre événement correspond à l'une des descriptions suivantes, cela ne vaut probablement pas la peine d'y investir le temps et les efforts nécessaires : 1) si l'événement n'attire que quelques personnes, s'il en est, provenant de l'extérieur de la collectivité (p. ex., si moins de 10 % des participants sont des touristes); 2) si la plupart des touristes qui assistent à l'événement sont de passage dans la collectivité pour des raisons qui sont indépendantes de leur simple participation à l'événement.

MÉTHODOLOGIE

CHOIX DES SITES ET LIAISON

À l'aide des critères préétablis énoncés ci-dessous, les membres du groupe de travail ont proposé des sites dans leur territoire respectif.

ÉVÉNEMENT AVEC POINTS D'ACCÈS – Cet événement comportait-il des points d'accès précis où les visiteurs pouvaient être dénombrés et interrogés?

VISITES DES TOURISTES – Cet événement était-il susceptible d'attirer plus de dix pour cent (10 %) de ses participants de l'extérieur de la zone urbaine?

RESSOURCES HUMAINES – L'organisme pouvait-il identifier une personne-ressources qui était prête à travailler en collaboration avec le Bureau de coordination pendant la durée du projet? Le processus idéal nécessitait un gestionnaire de projet et la mobilisation de suffisamment de ressources humaines afin d'assurer des résultats positifs.

INTERVIEWEURS – Les intervieweurs qui agissaient en qualité de représentants de l'événement ou de l'établissement possédaient-ils d'excellentes compétences en communications, étaient-ils motivés, sympathiques, tenaces et soucieux de la précision? En outre, il était important que les intervieweurs puissent obtenir la collaboration des personnes interrogées et, par conséquent, répondre efficacement aux questions des visiteurs et résoudre leurs préoccupations. Ils devaient pouvoir effectuer des entrevues personnelles et remplir avec exactitude tous les documents des projets, y compris les documents d'enquête électroniques et tous les formulaires de rapports.

FONCTIONNEMENT – L'organisme avait-il accès à Internet pour télécharger les renseignements vers l'amont à partir des appareils portatifs? L'organisme pouvait-il fournir une pièce pour la séance de formation d'une journée?

ATTENTES RÉALISTES – Il était important que les participants sachent qu'ils devaient être prêts à conclure que leur événement ne pourrait justifier les efforts requis pour produire des résultats aux fins de l'estimation des impacts économiques du tourisme qui respectent les normes minimales. Si l'événement tombait dans cette catégorie, le groupe de travail a énoncé une mise en garde selon laquelle les responsables devaient envisager d'autres mesures afin de décrire les avantages que leur événement pourrait apporter à la collectivité, et de susciter un appui pour l'événement. Il était également important que tous se souviennent que, dans le cadre de tout processus de sondage, les participants à l'événement ne sont pas toujours réceptifs et, dans certains cas, ils peuvent se plaindre ou refuser de prendre part à un sondage concernant l'estimation des impacts économiques.

Une fois que les sites ont été choisis, une série de conférences téléphoniques ont été tenues avec les membres du groupe de travail et les représentants des sites en cause, afin d'examiner les charges de travail et les attentes. (Se reporter à l'annexe A : documents de communication.)

Information sur les participants du projet pilote sur l'évaluation des impacts économiques			
	Royal Saskatchewan Museum	Folk on the Rocks	Barkerville, ville historique
Site Web	www.royalsaskmuseum.ca	www.folkontherocks.com	www.barkerville.ca
Type	Musée	Festival de musique	Site historique
Thème	Histoire naturelle et humaine/ multidisciplinaire	Festival de musique	Ruée vers l'or
Année d'établissement	1906	1980	1958
Nombre de visiteurs/année	105000	3500	85000
Endroit	Regina, SK	Yellowknife, T.N.-O.	Barkerville, C.-B.
Urbaine, rurale, Nord	Urbaine	Nord	Rurale
Expérience antérieure concernant le suivi auprès des visiteurs?	Différents sondages auprès des visiteurs : marketing, sondages à la sortie pour obtenir l'avis des visiteurs, moniteurs cardiaques, etc.	Échantillonnage aléatoire très informel effectué il y a trois ans.	Plusieurs sondages auprès des visiteurs ont été effectués au cours des 15 dernières années sur différents sujets.
Participation antérieure à des évaluations des impacts économiques?	Non	Utilisation des multiplicateurs économiques des T.N.-O. pour obtenir l'incidence économique des dépenses brutes.	L'étude fédérale dans le cadre de l'entente auxiliaire de développement du tourisme a été effectuée dans les années 1980.

SONDAGE AUPRÈS DES VISITEURS (PARTICIPANTS) – Les questionnaires du sondage par échantillonnage auprès des visiteurs (versions non locale et locale) tirés de la méthodologie normalisée ont été le point de départ du questionnaire qui a été élaboré et utilisé aux fins de cette étude. Ce questionnaire a été modifié aux fins de son utilisation avec des appareils portatifs informatisés, puis il a été approuvé par chaque site. (Voir l'annexe B : sondage auprès des visiteurs.) Bien que le questionnaire avait principalement pour objet de recueillir des données aux fins de l'évaluation des impacts économiques, on a posé des questions sur certains sujets pour aider le site/l'événement à planifier des campagnes de publicité dans l'avenir (p. ex., le degré de satisfaction concernant différentes composantes de l'événement/du site, la probabilité que les visiteurs reviennent éventuellement).

SÉLECTION DES INTERVIEWEURS – On a proposé que les intervieweurs soient des membres du personnel ou des bénévoles de l'organisme, puisque cela permettrait au site ou à l'événement d'acquérir les connaissances nécessaires pour réaliser des évaluations des impacts économiques à l'avenir. Le groupe de travail a offert une rémunération pour les coûts liés aux services des bénévoles et (ou) du personnel.

FORMATION DES INTERVIEWEURS – Avant la collecte des données, une formation d'une demi-journée a été offerte aux intervieweurs choisis sur la manière de recueillir des données de qualité en vue des évaluations des impacts économiques. Cette formation comprenait la façon d'aborder les personnes qui seront interrogées afin d'assurer le caractère aléatoire, la façon d'utiliser les appareils portatifs, et la façon de réaliser une entrevue pour obtenir des données de qualité. (Se reporter à l'annexe C : manuels de formation des intervieweurs et coordonnateurs).

COLLECTE DES DONNÉES

ÉCHÉANCIER DE COLLECTE DES DONNÉES – Cet échéancier avait pour objet de s'assurer que les sondages des visiteurs étaient administrés à un échantillon représentatif de visiteurs au site et à l'événement pendant la période à l'étude. Par conséquent, les journées de collecte des données ont été choisies de manière à obtenir un échantillon représentatif proportionnel du flux de visiteurs. Afin d'assurer la qualité des données, il était important de prendre les aspects suivants en considération :

- dénombrements des visiteurs;
- heures d'ouverture;
- débit de visiteurs;
- nombre de points d'accès;
- nombre d'intervieweurs;
- tracé des sites.

ABORDER LES PERSONNES INTERROGÉES ALÉATOIREMENT – Les intervieweurs devaient aborder les personnes qui quittaient l'événement de manière « aléatoire ». L'aspect aléatoire à l'étape de la sélection des répondants était très importante afin de s'assurer que l'échantillon final compris dans l'étude était représentatif de toutes les catégories de participants.

À Barkerville et au Royal Saskatchewan Museum, on abordait les répondants éventuels pour effectuer des entrevues lorsqu'ils quittaient le site, de sorte qu'ils étaient en mesure de fournir des comptes rendus précis de leurs dépenses récentes sur le site. Étant donné que les participants du festival Folk on the Rocks arrivaient et quittaient à un rythme différent, les intervieweurs abordaient les répondants éventuels à l'intérieur des points d'accès à des endroits au hasard.

APPAREILS PORTATIFS – Le groupe de travail a choisi d'effectuer la collecte de données à l'aide d'appareils électroniques portatifs (c.-à-d. des *Palm Pilots*) et d'entrer les données dans des appareils pendant les entrevues, par opposition à un sondage au moyen d'un questionnaire sur papier. Après chaque journée de collecte des données, les données étaient téléchargées à partir des appareils vers un serveur Internet fourni par Technos, l'entreprise de collecte des données mobile qui a été retenue pour ce projet. La base de données du serveur a produit des rapports immédiats sur les données (p. ex., une répartition des répondants selon la province d'origine), qui étaient accessibles sur un site Internet protégé par un mot de passe. Les appareils portatifs ont permis d'obvier à l'étape habituelle fastidieuse de l'entrée manuelle des données provenant des sondages au moyen d'un questionnaire sur papier dans une base de données.

	Royal Saskatchewan Museum	Folk on the Rocks	Barkerville, ville historique
Horaire de la formation	7 juillet, 9 h à 16 h	14 juillet, 17 h 30 à 21 h	10 juillet, 10 h à 16 h
Période de collecte des données	8 juillet au 6 septembre	15 au 17 juillet	10 juillet au 6 septembre
Entrevues totales réalisées	286 (130 de l'extérieur)	98 (45 de l'extérieur)	81 (62 de l'extérieur)
Intervieweurs	10	6	8

ANALYSE DES DONNÉES

MODÈLE DES IMPACTS ÉCONOMIQUES (MIE) – Les données ont été intégrées au modèle des impacts économiques ayant pour nom *Economic Impact Model for Arts and Heritage* (EIMAH), élaboré en 2004, qui mesure les impacts économiques de plusieurs manières différentes et à partir de deux perspectives géographiques : les impacts qui ont été ressentis dans la province/le territoire et ceux qui ont été ressentis dans toutes les autres provinces et tous les autres territoires.

Ce modèle évalue les impacts économiques à l'aide de quatre mesures :

Le produit intérieur brut (PIB) comprend le revenu du travail (tel qu'il est défini ci-dessous) et le revenu (les profits) des entreprises constituées en sociétés, déduction faite des impôts et des subventions à la production. Il représente en fait la valeur nette de la production (ou la valeur ajoutée) des activités mesurées à l'intérieur de limites géographiques.

Les revenus du travail comprennent les salaires des travailleurs (le montant des salaires et traitements versés à des personnes), le revenu du travail supplémentaire et le bénéfice net des entreprises non constituées en sociétés.

L'emploi est mesuré en équivalents temps plein (ETP). Un ETP équivaut à une année de travail pour une personne.

Les recettes fiscales découlent de la taxe sur les produits (y compris la TPS, la T.V.P., la taxe sur les ventes des fabricants, la taxe de vente harmonisée, les droits sur des divertissements et les taxes d'accise) et de la taxe à la production (ont constitué le Modèle des impacts économiques pour les Arts et le Patrimoine des impôts fonciers, des licences et des permis). Elles ne comprennent pas l'impôt sur le revenu.

Impacts directs et indirects : ce modèle calcule les impacts directs et indirects, mais non les impacts induits. Les impacts directs sont ceux qui découlent des dépenses directes. Les impacts indirects sont ceux qui découlent de nouvelles dépenses par des fournisseurs et leurs fournisseurs. Les impacts induits sont ceux qui découlent des nouvelles dépenses en salaires et traitements (revenu du ménage) découlant de tous les cycles successifs de nouvelles dépenses.

RÉSULTATS DE L'ÉVALUATION DES IMPACTS ÉCONOMIQUES

SONDAGE AU ROYAL SASKATCHEWAN MUSEUM, ÉTÉ 2005

Introduction :

À l'été 2005, un sondage a été effectué au Royal Saskatchewan Museum, au cours duquel on a posé des questions aux visiteurs à propos de leurs habitudes de voyages et de leurs dépenses concernant leur visite, et recueilli des renseignements démographiques. Ce sondage avait pour objet de recueillir des renseignements aux fins de l'analyse des impacts économiques. Cette analyse mesure le degré de l'incidence ou les dépenses qui peuvent être attribuées à un événement ou à un attrait à l'intérieur d'une région démographique donnée et d'une période précise. La direction et le personnel du Royal Saskatchewan Museum ont accepté d'aider bénévolement le Groupe de travail de recherche sur la répartition des bénéfices économiques dans le cadre de cet effort.

Les experts dans le domaine de l'analyse des impacts économiques conviennent que seules les dépenses par des visiteurs non résidants peuvent avoir une incidence économique pouvant être attribuée à un attrait ou un événement. Cela s'explique du fait qu'on suppose que, si l'événement n'existait pas, il est fort possible que les personnes de l'extérieur auraient peut-être choisi un autre endroit, à l'extérieur de la région démographique analysée, pour y dépenser leur argent. Bien que cela puisse également être le cas avec les dépenses locales, on peut poser une meilleure hypothèse selon laquelle ces dollars seraient simplement transférés à un autre événement local et être dépensés quand même dans la même région géographique et au cours de la même période.

Le sondage au Royal Saskatchewan Museum comprenait 272 répondants, et a produit 201 questionnaires remplis. Sur ces 201 questionnaires, 72 représentaient des personnes de la région, 129, des personnes de l'extérieur. Les 129 de l'extérieur forment la base de notre analyse, puisque leurs dépenses auraient vraisemblablement été effectuées à l'extérieur de la région si le voyage n'avait pas eu lieu. Leurs dépenses n'auraient pas pu être attribuées en totalité au musée seulement, puisque les visiteurs avaient peut-être d'autres raisons de venir dans cette région. Puisqu'une visite au musée occupera un visiteur à Regina pendant au moins plusieurs heures, la moitié de leurs dépenses moyennes de chaque jour peuvent être attribuées au musée.

Les 201 réponses aux sondages remplis, et les 129 réponses de l'extérieur, ne sont qu'un petit échantillon aléatoire du nombre total de visiteurs que le musée a accueillis pendant la période d'échantillonnage. Bien que nous puissions savoir exactement ce que ces répondants ont déclaré avoir dépensé, ces renseignements ne nous indiquent pas définitivement ce que tous les visiteurs ont dépensé pendant cette période. Il y a deux raisons à cela : premièrement, les visiteurs interrogés ne sont peut-être pas vraiment représentatifs de l'ensemble des visiteurs et, deuxièmement, puisque le montant des dépenses est fondé sur leur estimation, il peut y avoir une erreur systématique dans cette estimation (en général, les gens ont tendance à sous-évaluer les sommes qu'ils ont dépensées.) Sur le plan de la recherche, cette estimation est convenable, puisque le temps, l'effort et les coûts que comporte la réalisation d'une entrevue auprès de tous les visiteurs sont onéreux, et même si les chiffres des dépenses de l'année en cours étaient exacts, ils ne seraient qu'une estimation des dépenses des années futures, qui seraient peut-être plutôt différentes selon les circonstances qui entourent cette année en particulier.

Malgré ces mises en garde, nous avons besoin d'une estimation de ce que tous les visiteurs ont dépensé, afin de réaliser une analyse des impacts économiques. Pour ce faire, une estimation pondérée est créée à l'aide de l'estimation établie à partir des données du sondage. Cette estimation pondérée suppose que le profil de tous les visiteurs ressemblait au profil de ceux qui ont été échantillonnés. Compte tenu de la petite taille des échantillons, l'analyse des impacts économiques doit être considérée comme approximative.

Le reste de cette section indiquera les résultats de trois étapes d'analyse qui ont été effectuées afin d'obtenir une estimation des impacts économiques — premièrement en indiquant les dépenses des répondants du sondage, deuxièmement, le montant des dépenses si ces réponses sont appliquées à la population de visiteurs en entier — et de savoir ce que serait l'incidence économique si cette estimation pondérée des dépenses était exacte.

Analyse :

1) Répondants du sondage :

À la première étape de l'analyse, il importe de savoir ce que les répondants du sondage ont dépensé. Le tableau ci-après indique de quelle manière les répondants ont réparti leurs dépenses par catégorie. Au total, les répondants de l'extérieur ont déclaré des dépenses de 70 632,00 \$ pour leurs voyages, dont (selon l'hypothèse que chaque visiteur y a consacré une demi-journée de son voyage total) 10 275,85 \$ étaient attribuables au musée. Ces chiffres sont utiles pour voir comment les dépenses des visiteurs sont réparties proportionnellement entre les différentes catégories et pour former la base d'une analyse estimative de l'ensemble des visiteurs, en supposant que tous les visiteurs avaient des habitudes de dépenses semblables à celles qui ont été déclarées par le groupe-échantillon.

Répartition des dépenses totales des répondants de l'extérieur pour leurs voyages			
Catégories régionales	Dépenses à l'extérieur du site	Dépenses sur le site (RSM)	Dépenses totales
Droits d'entrée/ dons	0,00 \$	81,00 \$	81,00 \$
Essence/réparations	13 663,00 \$	0,00 \$	13 663,00 \$
Location de véhicules	5 957,00 \$	0,00 \$	5 957,00 \$
Stationnement	512,00 \$	0,00 \$	512,00 \$
Transport	533,00 \$	0,00 \$	533,00 \$
Épiceries	6 081,00 \$	0,00 \$	6 081,00 \$
Restaurants	12 272,00 \$	350,00 \$	12 622,00 \$
Vie nocturne	595,00 \$	0,00 \$	595,00 \$
Vêtements	4 751,00 \$	0,00 \$	4 751,00 \$
Magasinage	8 269,00 \$	981,00 \$	9 250,00 \$
Hébergement	12 041,00 \$	0,00 \$	12 041,00 \$
Loisirs	2 804,00 \$	708,00 \$	3 512,00 \$
Autres	1 034,00 \$	0,00 \$	1 034,00 \$

2) Estimations des dépenses pondérées :

La prochaine étape de l'analyse requiert la pondération des dépenses des répondants ci-dessus pour refléter le nombre réel de visiteurs qui ont visité le musée à l'été 2005. La pondération permet aux analystes d'inférer à partir d'un échantillon le total des participants à un événement. Elle s'appuie sur une séquence d'étapes arithmétiques, à l'aide des renseignements recueillis et compilés à partir des dénombrements de participants et des contrôles effectués pendant la durée de l'événement (Rogers, 2005). Au cours de la période de collecte des données, il y a eu 23 843 visiteurs au musée. Si les réponses des 272 sondages sont pondérées pour représenter tous les visiteurs, les dépenses totales des voyages peuvent être évaluées à 9 820 854,36 \$, dont 1 428 780,12 \$ sont attribuables au musée, selon la même hypothèse que chaque visiteur a passé une demi-journée au musée. Bien que les résultats ne soient pas indiqués ici, cette opération de pondération a été effectuée pour toutes les catégories ci-dessus afin d'être insérée dans l'analyse des impacts économiques.

3) Analyse des impacts économiques :

À l'aide du *Economic Impact Model for Arts and Heritage* (se reporter à l'explication dans la section précédente sur l'analyse des données), un programme informatique qui applique les multiplicateurs aux dépenses selon l'activité économique dans les différentes provinces, les nombres pondérés mentionnés ci-dessus ont été introduits dans le programme afin de déterminer de quelle manière les dépenses se multiplient et s'accumulent au niveau provincial (c.-à-d. en Saskatchewan) et à l'extérieur de la province. Veuillez prendre note que cette estimation s'applique à l'incidence économique directe et indirecte seulement, et ne comprend pas la composante induite de l'incidence économique, qui est causée par la stimulation économique découlant des nouvelles dépenses dans l'économie. Cela signifie, par exemple, que les sommes dépensées pour acheter des aliments dans un restaurant seraient comptées, et séparées selon la partie de ces sommes qui resteraient dans la province plutôt que de quitter la province, mais l'incidence des nouvelles dépenses que le propriétaire du restaurant effectuerait avec ces sommes ne serait pas prise en compte.

Le tableau suivant indique l'incidence économique directe du Royal Saskatchewan Museum pendant l'été 2005 (exception faite du 1^{er} juillet 2005) selon le *Economic Impact Model for Arts and Heritage*. Il importe de prendre note que ces évaluations sont pondérées pour ne représenter que la période allant de la dernière semaine de juin jusqu'à la journée suivant la fête du Travail, à l'exception de la fin de semaine du 1^{er} juillet, qui fut exceptionnelle (puisque c'était l'année de leur Centenaire, le taux de présence observé cette année ne risque pas de se répéter au cours des prochaines années). Ces évaluations ne représentent pas l'année complète et ne peuvent être rajustées dans une proportion déterminée pour représenter une année civile.

Incidence économique provinciale :

	Directe	Indirecte	Totale
Impacts sur le PIB	301 175 \$	101 108 \$	402 362 \$
Impacts sur les revenus du travail	149 362 \$	55 711 \$	205 073 \$
Impacts sur l'emploi	6,4	1,9	8,3
Répercussions fiscales	18 933 \$	20 018 \$	38 950 \$

Incidence économique à l'extérieur de la province :

	Directe	Indirecte	Totale
Impacts sur le PIB	112 778 \$	165 441 \$	278 219 \$
Impacts sur les revenus du	72 148 \$	96 798 \$	168 946 \$

travail			
Impacts sur l'emploi	1,8	2,7	4,5
Répercussions fiscales	6 928 \$	12 465 \$	19 394 \$

FOLK ON THE ROCKS

À l'été 2005, un sondage a été effectué à Yellowknife au festival de musique Folk on the Rocks du 15 au 17 juillet, au cours duquel on a posé des questions aux visiteurs à propos de leurs habitudes de voyages et de leurs dépenses concernant leur visite, et recueilli des renseignements démographiques. Ce sondage avait pour objet de recueillir des renseignements aux fins de l'analyse des impacts économiques. Cette analyse mesure le degré de l'incidence ou les dépenses qui peuvent être attribuées à un événement ou à un attrait à l'intérieur d'une région démographique donnée et d'une période précise. Les membres du personnel et les bénévoles au festival ont aidé le Groupe de travail de recherche sur la répartition des bénéfices économiques dans le cadre de cet effort.

Après plusieurs téléconférences entre les membres du personnel de Folk on the Rocks et les coordonnateurs du projet pilote, une séance de formation des intervieweurs a eu lieu le 14 juillet au bureau de Folk on the Rocks. On a remis aux intervieweurs un manuel de formation et des directives sur la façon de mener les entrevues à l'aide des appareils portatifs.

En raison des difficultés techniques que les appareils portatifs ont éprouvées quelques heures avant le début de l'événement, on a décidé d'effectuer les sondages au moyen de questionnaires sur papier. Cet élément, ainsi qu'une variété de problèmes de coordination ont entravé la collecte des données. Seulement 98 sondages ayant été effectués, dont 45 auprès de personnes de l'extérieur, il n'a pas été possible de réaliser une évaluation des impacts économiques.

Bien qu'il n'ait pas été possible d'analyser les données économiques, une partie des renseignements que les intervieweurs ont obtenus à propos de la perception qu'avaient les répondants de l'événement pourrait être utilisée aux fins de la planification.

Lorsqu'on leur a posé la question, la plupart des personnes de l'extérieur ont répondu qu'elles auraient visité Yellowknife même si le festival Folk on the Rocks n'avait pas eu lieu, bien qu'un petit pourcentage aient adapté leur voyage pour inclure le festival. La majeure partie de ces répondants ont déclaré qu'ils n'auraient pas assisté à un autre festival de musique s'ils n'avaient pas assisté au Folk on the Rocks.

La majeure partie des personnes de la localité et de l'extérieur qui ont été interrogées ont entendu parler du festival la première fois de bouche-à-oreille. La plupart des répondants ont dit qu'ils recommanderaient le festival à des amis et à leur famille et qu'ils y assisteraient probablement l'an prochain. En général, la cotation de ce divertissement a été très élevée.

Lorsqu'on leur a demandé d'évaluer, sur une échelle de un à dix, les aliments offerts au festival, la plupart des répondants ont été très satisfaits. Les répondants ont également indiqué qu'ils étaient très satisfaits des délais d'attente et de la disponibilité du stationnement.

BARKERVILLE

À l'été 2005, un sondage a été effectué à la ville Barkerville Historic Gold Rush en Colombie-Britannique, au cours duquel on a posé des questions aux visiteurs à propos de leurs habitudes de voyages et de leurs dépenses concernant leur visite, et recueilli des renseignements démographiques. Ce sondage avait pour objet de recueillir des renseignements aux fins de l'analyse des impacts économiques. Cette analyse mesure le degré de l'incidence ou les dépenses qui peuvent être attribuées à un événement ou à un attrait à l'intérieur d'une région démographique donnée et d'une période précise. Les membres du personnel et les bénévoles à Barkerville ont aidé le Groupe de travail de recherche sur la répartition des bénéfices économiques dans le cadre de cet effort.

Après plusieurs téléconférences entre les membres du personnel de Barkerville et les coordonnateurs du projet pilote, une séance de formation des intervieweurs a eu lieu le 10 juillet à Barkerville. On a remis à huit intervieweurs un manuel de formation et des directives sur la façon de mener les entrevues à l'aide des appareils portatifs. Les bénévoles ont fourni une rétroaction valable sur l'élaboration du sondage et le processus de formation.

Barkerville a fourni 68 sondages remplis par les participants au Groupe de travail. Onze de ces formulaires ne pouvaient être utilisés. L'analyse des résultats à partir d'une taille d'échantillon aussi faible ne permettrait pas de produire des évaluations plausibles, des évaluations fiables des dépenses des visiteurs même pour le mois d'août.

Bien qu'il n'ait pas été possible d'analyser les données économiques, une partie des renseignements que les intervieweurs ont obtenus à propos de la perception qu'avaient les répondants de l'événement pourrait être utilisée aux fins de la planification.

PRINCIPALES CONSTATATIONS ET RECOMMANDATIONS

RESSOURCES

Recommandation : Il importe que les participants puissent déterminer avec précision si leurs sites ont la capacité requise pour produire des résultats permettant d'évaluer les impacts économiques touristiques qui répondent aux normes minimums.

- Trop peu de ressources peuvent résulter en une collecte des données et une analyse insatisfaisantes.
- Le groupe de travail et le bureau de la coordination ont fourni un soutien aux sites en matière de méthodologie et d'analyse. S'ils devaient effectuer une EIE eux-mêmes, un déploiement de ressources encore plus considérable serait nécessaire.

Recommandation : Si les demandes d'EIE continuent d'augmenter, les organismes de financement peuvent devoir fournir des sites ayant accès à des experts professionnels possédant les compétences en EIE.

COORDONNATEURS DU SITE

Recommandation : Il est essentiel qu'un coordonnateur soit engagé dans le projet afin de s'assurer que tous les éléments requis pour effectuer un sondage fructueux à un événement soient en place.

- Puisque la réalisation d'une EIE est une entreprise importante, le coordonnateur devrait consacrer un temps considérable à l'organisation et au suivi. Les principales tâches de la coordination comprennent : la liaison avec le groupe de travail (ou un autre partenaire), le choix des intervieweurs, la coordination et la présence à la séance de formation, et la supervision sur le site pour la collecte des données, y compris le téléchargement d'appareils portatifs.
- C'est au coordonnateur du site qu'incombe principalement la responsabilité du succès de ce projet. Puisque de nombreux organismes de la culture et du patrimoine fonctionnent déjà avec des ressources restreintes, cette responsabilité supplémentaire peut surcharger l'organisme.

INTERVIEWEURS

Recommandation : Les intervieweurs doivent être prêts à suivre la méthodologie, puisque une mauvaise collecte de données rend les résultats peu fiables et annule tout le travail préparatoire qui a été effectué.

Recommandation : Si on doit avoir recours à des bénévoles ou à des membres du personnel du site, un nombre suffisant de personnes est nécessaire afin de s'assurer que le nombre minimum de

sondages est effectué pour permettre de produire des résultats statistiquement fiables pour une EIE.²

- L'Étude de la méthodologie des événements et des festivals contient des lignes directrices pour l'évaluation du nombre d'intervieweurs requis, qui peut varier énormément selon certaines caractéristiques du site ou de l'événement.

FORMATION

Recommandation : Une méthode officielle de formation prévoyant suffisamment de temps pour l'observation et la pratique est une nécessité.

- Des améliorations pour la formation des intervieweurs pourraient comprendre :
 - une revue du questionnaire en groupe avec plusieurs scénarios, afin de familiariser les intervieweurs avec différentes situations qui peuvent se présenter;
 - des jeux de rôles;
 - la possibilité de faire effectuer les quelques premières entrevues par les formateurs, afin que les intervieweurs puissent les observer.

RÉALISATION DES SONDAGES

Recommandation : Les besoins précis de chaque site doivent être pris en compte lorsqu'il s'agit de déterminer la méthode de collecte des données.

- Bien que l'importance de respecter un échéancier pour la collecte des données ait été examinée avec les participants, les sites ont souvent éprouvé de la difficulté à suivre l'échéancier prédéterminé en raison des contraintes de ressources. Par exemple, un site a dû réorganiser son échéancier à la dernière minute parce que des intervieweurs étaient absents.
- Malgré l'approbation préalable du sondage des visiteurs par les organismes, on a découvert ultérieurement que le sondage n'était pas suffisamment adapté à chaque site. Un processus d'approbation et de tests de sondage à grande échelle doit être établi.
- Les intervieweurs ont trouvé que le questionnaire était trop long. Les répondants éventuels sont plus susceptibles de répondre à un questionnaire plus bref, en particulier s'ils sont interrogés lorsqu'ils quittent un événement et qu'ils ont hâte d'arriver à leur prochaine destination, et des questionnaires plus courts permettent d'effectuer un plus grand nombre d'entrevues pendant une période donnée.

² Afin de produire des résultats en vue d'une évaluation des impacts économiques, vous devez obtenir au moins 200 entrevues complètes avec des participants de l'extérieur ou des touristes. Vous pouvez traiter tous les participants de l'extérieur comme un « groupe », effectuer 200 entrevues avec eux ou vous pouvez diviser vos touristes en « segments » et tenter d'atteindre le minimum de 200 pour chaque segment. Un « segment » est un groupe de personnes qui ont au moins une caractéristique en commun. Des exemples de « segments » de touristes comprennent ceux qui sont des visiteurs de l'extérieur de la ville, mais qui vivent dans la même province ou dans le même état que celle ou celui où a lieu l'événement, par opposition à ceux qui vivent à l'extérieur de votre province ou état. (Rogers, 2005)

- Certains sites n'ont peut-être pas les ressources pour administrer des sondages individuels à la sortie et doivent peut-être compter sur des sondages par courrier-réponse. Les sondages par courrier-réponse nécessitent des ressources humaines qui sont différentes de celles qui effectuent des entrevues en personne. Le principal avantage des sondages en personne est que l'intervieweur peut aider le répondant à répondre aux questions avec plus de précision. De même, on répond au questionnaire immédiatement, de sorte qu'un site/événement sait combien de sondages supplémentaires il devra effectuer. Les sondages par courrier-réponse offrent l'avantage de permettre aux répondants de répondre au questionnaire au moment qui leur convient et, si les questionnaires sont remplis après le voyage, les évaluations des dépenses réelles peuvent être plus précises parce que les répondants ont déjà dépensé l'argent et n'ont pas besoin d'évaluer combien d'argent de plus ils dépenseront, ce qui est le cas en général avec les sondages en personne. Le principal inconvénient des sondages par courrier-retour est qu'un site/événement n'a aucun moyen de savoir si un visiteur qui prend un questionnaire le remplira vraiment et s'il le retournera par la poste.

APPAREILS PORTATIFS

Recommandation : Entrer les données directement dans une base de données à l'aide d'appareils portatifs a permis de gagner du temps par rapport à l'entrée manuelle des données, mais les problèmes techniques ont été un obstacle.

- L'utilisation des appareils portatifs ne prévoyait aucun espace pour que les intervieweurs puissent inscrire des renseignements supplémentaires.
- Les bénévoles et le personnel ont parfois trouvé que les écrans étaient difficiles à lire.
- Il y a eu des difficultés techniques avec les appareils portatifs, ce qui a fait en sorte qu'un site a dû compter uniquement sur les sondages à l'aide de questionnaires sur papier. Malgré certaines difficultés techniques avec les appareils portatifs, le logiciel Hotsync de Techneos, ainsi que leur site Web, était facile à utiliser.

Les recommandations de ce projet pilote pourraient servir aux organismes de culture et de patrimoine pour structurer des sondages plus élaborés et appuyer tout projet futur d'évaluation des impacts économiques que les administrations publiques pourraient choisir d'entreprendre.

CONCLUSION

Une proportion assez importante de touristes est motivée à voyager pour connaître la culture et le patrimoine. Les connaissances acquises découlant de la réalisation d'une EIE fiable, qui mesure les bénéfices économiques des dépenses touristiques qui ont été effectuées en lien direct avec le site, peuvent stimuler le soutien collectif et mener à une collaboration accrue entre les intervenants de la culture, du patrimoine et du tourisme; néanmoins, la réalisation d'évaluations des impacts économiques est un exercice qui demande des ressources.

Le projet pilote du Groupe de travail de recherche sur la répartition des bénéfices économiques a permis de constater que les questions concernant la capacité dans bon nombre d'organismes sans but lucratif pourraient entraver la collecte des données, bien que les coordonnateurs et les intervieweurs puissent être dévoués pour réaliser des EIE. Il faut un temps et des efforts considérables pour réaliser une EIE de qualité. Il est primordial de prendre en considération cette situation lorsqu'une EIE est planifiée. Le soutien des sites pour créer des mesures quantifiables qui fournissent des renseignements cohérents et fiables sur l'incidence économique présenterait non seulement un tableau plus clair des avantages économiques liés au tourisme, mais il justifierait également un financement accru, compte tenu en particulier des exigences accrues concernant les évaluations des impacts économiques aux fins des demandes de financement public. Il est essentiel que les intervenants de la culture et du patrimoine soient appuyés dans ce processus. Il peut également être avantageux pour les sites de s'associer à d'autres événements ou sites semblables pour grouper leurs ressources afin d'embaucher un coordonnateur de l'EIE de l'extérieur et des intervieweurs rémunérés.

PROJET PILOTE SUR L'ÉVALUATION DES IMPACTS ÉCONOMIQUES DOCUMENT D'INFORMATION POUR LES PARTICIPANTS

Le Groupe de travail de recherche sur la répartition des bénéfices économiques recherche présentement des participants pour son projet pilote sur l'évaluation des impacts économiques. Ce projet a pour objet d'aider à déterminer le rendement économique pour le secteur de la culture et du patrimoine concernant ses investissements actuels et éventuels dans les activités de tourisme. Pour tout complément d'information sur le contexte et les activités du groupe de travail, se reporter au document ci-joint, *Sommaire des activités du groupe de travail de recherche sur la répartition des avantages économiques*.

Ceux qui démontrent un intérêt peuvent être choisis comme participants pour ce projet, qui devrait avoir lieu à l'été et au début de l'automne 2005. La composante de la collecte des données aurait lieu entre le 1er juillet et le 6 septembre 2005.

APERÇU DU PROJET PILOTE SUR L'ÉVALUATION DES IMPACTS ÉCONOMIQUES

- Dans le cadre du projet pilote, la formation serait offerte aux intervieweurs choisis afin de leur enseigner comment effectuer une collecte de données de qualité pour les évaluations des impacts économiques à l'aide d'une méthodologie normalisée.
- Ces intervieweurs seraient de préférence des membres du personnel ou des bénévoles de votre organisme, puisque cela vous permettrait d'acquérir les connaissances pour réaliser des évaluations économiques à l'avenir mais, si aucun n'est disponible, nous pourrions vous fournir du personnel. Nous pourrions offrir une rémunération pour les coûts liés à l'utilisation des services de bénévoles.
- Pendant des périodes précises, des visiteurs seraient interrogés à propos de la durée du séjour, du nombre de voyageurs, des dépenses, etc., à l'aide des appareils portatifs. Un formateur serait présent pour surveiller la collecte de données la première journée.
- Ces données seraient ensuite acheminées électroniquement à un serveur fourni par une entreprise mobile de collecte de données. Nous prendrions les données à partir du serveur et les alimenterions dans un modèle d'impacts économiques, qui fournirait des résultats tels que le PIB, le nombre d'emplois, et le revenu d'emploi découlant de votre événement. Selon l'ampleur de l'incidence économique de votre événement, ces résultats permettraient de mesurer l'incidence économique sur votre collectivité, province ou pays.
- Les résultats seraient ensuite alimentés dans le modèle de retour. Selon le modèle d'évaluation des impacts économiques utilisé, le modèle de retour évaluerait le rendement des investissements de votre événement sur votre collectivité, province ou pays, et le comparerait à votre organisme. Dans ce cas, l'investissement fait référence au capital financier et au capital social.

COMMENT VOTRE ORGANISME BÉNÉFICIERAIT DE SA PARTICIPATION

- Si les intervieweurs étaient des membres du personnel ou des bénévoles de votre organisme, des membres de votre organisme seraient formés en matière de procédés de collecte des données. Vous auriez donc la capacité d'effectuer systématiquement des statistiques sur les visiteurs qui pourraient mener à d'autres évaluations des impacts économiques, évaluations des activités économiques, etc.
- Pendant la période de collecte des données, vous auriez accès à un site Web qui vous permettrait de visionner les données propres à votre organisme. Par la suite, ces données vous seraient transmises électroniquement afin que vous puissiez vous en servir lors d'études indépendantes, telles que des évaluations des impacts économiques.

- Sous forme de rapport, les résultats de tous les organismes participants obtenus à partir de la collecte de données, des évaluations des impacts économiques et du rendement des investissements seraient partagés avec tous les autres participants qui participent au projet.
- La participation de votre organisme lui permettrait d'obtenir une bonne idée de l'incidence économique, le cas échéant, et du rendement des investissements concernant sa participation au tourisme. Vous pourriez également acquérir une meilleure compréhension des répercussions sociales. Les connaissances acquises à partir de ce projet vous aideraient à prendre de meilleures décisions quant à votre participation au tourisme.
- La connaissance des impacts économiques et sociaux du tourisme peut favoriser le soutien collectif et mener à une collaboration accrue entre les intervenants de la culture, du patrimoine et du tourisme.

CE QUI EST EXIGÉ POUR PARTICIPER

- Votre événement doit comporter des points d'accès (c.-à-d. avoir des points d'accès précis où les visiteurs peuvent être dénombrés et interrogés).
- Vous devez identifier une personne-ressource de votre organisme qui serait prête à coordonner ce projet avec nous.
- Vous devez avoir accès à Internet.
- Vous devez disposer d'une pièce pour la séance de formation d'une journée.
- La période de collecte des données devrait avoir lieu selon des créneaux temporels prédéterminés. Selon le nombre de visiteurs à votre événement, il faudrait réaliser environ 400 entrevues brèves. Il faudrait au moins trois intervieweurs pour la collecte des données pendant environ 100 heures au total. (Par exemple, si un échantillon de 400 entrevues auprès des visiteurs était exigé pour votre événement et si vous aviez trois événements, ils devraient réaliser chacun des entrevues pendant quelque 33 heures.) Les intervieweurs devraient également être disponibles pour une formation supplémentaire de six heures.
- Votre événement doit avoir au moins 1 000 visiteurs pendant la période entre le 1^{er} juillet et le 6 septembre 2005.
- Nous vous fournirions tous les renseignements et appareils portatifs nécessaires pour réaliser l'étude.
- Afin de confirmer la participation, une entente entre votre organisme et l'initiative fédérale-provinciale-territoriale sur le rapport culture/patrimoine et tourisme (dont fait partie le Groupe de travail de recherche sur la répartition des bénéfices économiques) devrait être signée.
- Puisqu'il s'agit d'un projet pilote, nous communiquerions avec vous pour obtenir votre rétroaction.

LE PROJET À PLUS GRANDE ÉCHELLE

- Seuls quelques organismes au Canada seront choisis pour participer au projet pilote sur l'évaluation des impacts économiques. Si ce projet est fructueux, il pourra être élargi afin qu'un plus grand nombre d'organismes puissent y participer. Les résultats de ce projet aideront les intervenants de la culture et du patrimoine à bâtir leur capacité au moyen d'outils d'évaluation éprouvés, et les aideront à prendre de meilleures décisions concernant leur participation au tourisme.

Établi par le Bureau de coordination de l'initiative fédérale-provinciale-territoriale sur le rapport culture/patrimoine et tourisme.

ANNEXE B – SONDAGE AUPRÈS DES VISITEURS

1. Combien de personnes sont avec vous aujourd'hui, incluant vous-même? ____

2. Est-ce qu'elles font toutes partie de la population locale?

- Oui → **Si oui, veuillez passer à la question 26.**
 Non

3. Dans quel pays habitez-vous?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Canada | <input type="checkbox"/> Europe |
| <input type="checkbox"/> É-U. | <input type="checkbox"/> Asie - Pacifique |
| <input type="checkbox"/> Amérique latine | <input type="checkbox"/> Afrique |

4. De quelle province ou territoire êtes-vous?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Alberta | <input type="checkbox"/> Nouvelle-Écosse |
| <input type="checkbox"/> Colombie-Britannique | <input type="checkbox"/> Nunavut |
| <input type="checkbox"/> Manitoba | <input type="checkbox"/> Ontario |
| <input type="checkbox"/> Nouveau-Brunswick | <input type="checkbox"/> Île-du-Prince-Édouard |
| <input type="checkbox"/> Terre-Neuve et Labrador | <input type="checkbox"/> Québec |
| <input type="checkbox"/> Territoires du Nord-Ouest | <input type="checkbox"/> Saskatchewan |
| | <input type="checkbox"/> Yukon |

5. Dans quelle ville ou municipalité habitez-vous?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Calgary | <input type="checkbox"/> Sherbrooke |
| <input type="checkbox"/> Chicoutimi -Jonquière | <input type="checkbox"/> St. Catharines -Niagara |
| <input type="checkbox"/> Edmonton | <input type="checkbox"/> St. Johns |
| <input type="checkbox"/> Halifax | <input type="checkbox"/> Sudbury |
| <input type="checkbox"/> Hamilton | <input type="checkbox"/> Thunder Bay |
| <input type="checkbox"/> Kitchener | <input type="checkbox"/> Toronto |
| <input type="checkbox"/> London | <input type="checkbox"/> Trois-Rivières |
| <input type="checkbox"/> Montréal | <input type="checkbox"/> Vancouver |
| <input type="checkbox"/> Oshawa | <input type="checkbox"/> Victoria |
| <input type="checkbox"/> Ottawa-Hull | <input type="checkbox"/> Windsor |
| <input type="checkbox"/> Québec | <input type="checkbox"/> Winnipeg |
| <input type="checkbox"/> Regina | <input type="checkbox"/> Yellowknife |
| <input type="checkbox"/> Saint John | <input type="checkbox"/> Autre |
| <input type="checkbox"/> Saskatoon | |

6. Combien de personnes font partie de votre groupe de voyage, y compris vous-même? Veuillez donner le nombre total pour le voyage, et non le nombre de personnes qui sont avec vous aujourd'hui. ____

7. Combien de personnes dans votre groupe de voyage, y compris vous-même, ont moins de 18 ans? ____

8. Nombre de membres de votre ménage, y compris vous-même, qui voyagent? ____

9. Combien de ces membres de votre ménage, y compris vous-même, ont moins de 18 ans? ____

10. Quelle est la destination principale de votre voyage?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Canada | <input type="checkbox"/> Europe |
| <input type="checkbox"/> É-U | <input type="checkbox"/> Asie - Pacifique |
| <input type="checkbox"/> Amérique latine | <input type="checkbox"/> Afrique |

11. Quelle province ou territoire est la destination principale?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Alberta | <input type="checkbox"/> Nunavut |
| <input type="checkbox"/> Colombie-Britannique | <input type="checkbox"/> Ontario |
| <input type="checkbox"/> Manitoba | <input type="checkbox"/> Île-du-Prince-Édouard |
| <input type="checkbox"/> Nouveau-Brunswick | <input type="checkbox"/> Québec |
| <input type="checkbox"/> Terre-Neuve et Labrador | <input type="checkbox"/> Saskatchewan |
| <input type="checkbox"/> Territoires du Nord-Ouest | <input type="checkbox"/> Yukon |
| <input type="checkbox"/> Nouvelle-Écosse | |

12. Quelle ville ou municipalité est la destination principale?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Calgary | <input type="checkbox"/> Sherbrooke |
| <input type="checkbox"/> Chicoutimi -Jonquièrè | <input type="checkbox"/> St. Catharines -Niagara |
| <input type="checkbox"/> Edmonton | <input type="checkbox"/> St. Johns |
| <input type="checkbox"/> Halifax | <input type="checkbox"/> Sudbury |
| <input type="checkbox"/> Hamilton | <input type="checkbox"/> Thunder Bay |
| <input type="checkbox"/> Kitchener | <input type="checkbox"/> Toronto |
| <input type="checkbox"/> London | <input type="checkbox"/> Trois-Rivières |
| <input type="checkbox"/> Montréal | <input type="checkbox"/> Vancouver |
| <input type="checkbox"/> Oshawa | <input type="checkbox"/> Victoria |
| <input type="checkbox"/> Ottawa-Hull | <input type="checkbox"/> Windsor |
| <input type="checkbox"/> Québec | <input type="checkbox"/> Winnipeg |
| <input type="checkbox"/> Regina | <input type="checkbox"/> Yellowknife |
| <input type="checkbox"/> Saint John | <input type="checkbox"/> Autre |
| <input type="checkbox"/> Saskatoon | |

13. Combien de nuitées prévoyez-vous passer hors de la maison pour toute la durée du voyage? ____

Si rien, veuillez passer à la question 17.

14. Combien de nuitées prévoyez-vous passer à (Ville)?

- Hôtels, centres de villégiature, gîtes, etc.
- Motels
- Cafés-couettes, gîtes touristique (Bed and Breakfast)
- Terrains de camping/terrains de caravaning
- Autres formes d'hébergement payant
- Résidences privées ou résidences secondaires (hébergement gratuit)
- Autres formes d'hébergement gratuit

15. Combien de nuitées prévoyez-vous passer ailleurs en (Province)?

- Hôtels, centres de villégiature, gîtes, etc.
- Motels
- Cafés-couettes, gîtes touristiques (Bed and Breakfast)
- Terrains de camping/terrains de caravaning
- Autres formes d'hébergement payant
- Résidences privées ou résidences secondaires (hébergement gratuit)
- Autres formes d'hébergement gratuit

16. Combien de jours avez-vous ou devez-vous consacrer au (Attrait) au cours du présent voyage? ____

17. Quel moyen de transport avez-vous utilisé pour parcourir la plus longue distance au cours du voyage?

- Voiture/camion/autocaravane
- Autocar
- Train
- Avion
- Autre moyen

18. Quel est le nombre total de membres de votre groupe de voyage, y compris vous-même, qui sont allés ou qui iront au (Attrait) pendant le présent voyage? ____

19. Combien de ces personnes, y compris vous-même, ont moins de 18 ans? ____

20. De ces personnes, combien font partie de votre ménage, y compris vous-même? ____

21. Et combien de ces membres de votre ménage, y compris vous-même, ont moins de 18 ans? ____

22. Si vous n'aviez pas visité le (Attrait) pendant le présent voyage, auriez-vous visité un autre site semblable?

À (Ville)

- Oui
- Non
- Ne sais pas

En (Province)

- Oui
- Non
- Ne sais pas

23. Écrivez le chiffre ci-après correspondant au plus au degré d'importance accordée au (Attrait) lorsque vous avez choisi (Ville) comme destination du présent voyage. Le chiffre 0 signifie que l'attrait n'a aucunement influencé votre choix de destination et le chiffre 10, qu'il était le seul motif de votre visite à (Ville).

24. Iriez-vous à (Ville) au cours des trois prochains mois si vous n'étiez pas allés visiter le (Attrait)?

- Oui
- Non
- Ne sais pas

25. Suivant sont des questions sur les dépenses de votre ménage pendant le présent voyage. Quelle devise utiliserez-vous pour signaler vos réponses?

- Dollars canadiens
- Dollars américains

26. Les questions suivantes sont sur les dépenses au (Attrait) de votre ménage sur ce voyage. Si vous avez visité ou vous prévoyez visiter (Ville) plus d'une journée, inscrivez, pour chacune des catégories, le montant estimatif de toutes les dépenses occasionnées ou qui le seront au cours de toutes vos journées de visite à ce site.

- \$ _____ Entrées à au (Attrait) (y compris les billets achetés d'avance)
- \$ _____ Autres billets ou prix d'entrée sur les lieux pour des tours de manège, films, etc.
- \$ _____ Nourriture et boisson achetées au restaurant, au comptoir, aux distributrices ou aux stands
- \$ _____ Bars-salons, bars ou boîtes de nuit
- \$ _____ Souvenirs
- \$ _____ Autres achats (au détail ou autres)
- \$ _____ Parcs de stationnement
- \$ _____ Hébergement à (Ville)
- \$ _____ Montant total des dépenses précédentes et à venir sur les lieux du (Attrait))

27. Quelles autres dépenses est-ce que votre ménage a fait ou prévoit faire dans la province de la (Province). N'incluez pas les dépenses à (Ville) que vous venez de donner.

	Montant total des dépenses précédentes ou à venir en Colombie- excluant ce qui a été dépensé au (Attrait)	Proportion des dépenses précédentes ou à venir à (Ville)
Essence ou réparations du véhicule	_____ \$	_____ %
Locations de véhicules	_____ \$	_____ %
Parcs de stationnement	_____ \$	_____ %
Taxis locaux, autobus ou métro	_____ \$	_____ %
Approvisionnement dans les épiceries	_____ \$	_____ %
Approvisionnement dans les restaurants	_____ \$	_____ %
Bars-salons, bars ou boîtes de nuit	_____ \$	_____ %
Vêtements	_____ \$	_____ %
Autres achats	_____ \$	_____ %
Hébergement (y compris les frais de camping)	_____ \$	_____ %
Activités récréatives de divertissement différentes du (Attrait)	_____ \$	_____ %
Toutes autres dépenses	_____ \$	_____ %
Toutes les dépenses encourues pendant votre voyage à en (Province)	_____ \$	_____ %

28. Avez-vous acheté de billets d'avion, de train, d'autocar pour le voyage?

- Oui
 Non

29. Si oui, il s'agit de billets :

- D'une compagnie de transport intérieure
 D'une compagnie de transport étrangère
 Les deux

30. Quel est le montant total des achats de billets de transport pour tous les membres de votre ménage? _____ \$

31. Selon une échelle de 1 à 10, ou 1 = très insatisfaisante, et 10 = très satisfaisante, comment évalueriez-vous l' (Attrait) globalement?

- Nourriture
- Divertissement
- Temps d'attente
- Toilettes
- Parcs de stationnement

32. Avez-vous visité l' (Attrait) pendant les trois dernières années? [Signalez tous les choix qui s'appliquent]

- Ne l'avons jamais visité
- L'avons visité l'an dernier
- L'avons visité il y a deux ans
- L'avons visité il y a trois ans

33. Quelle est la probabilité que vous visitiez l' (Attrait) l'année prochaine?

- Assurément
- Probablement
- Indécis
- Probablement pas
- Absolument pas
- Ne sais pas/pas d'opinion

34. Recommanderiez-vous l' (Attrait) à vos amis ou famille?

- Assurément
- Probablement
- Indécis
- Probablement pas
- Absolument pas
- Ne sais pas/pas d'opinion

35. Où avez-vous entendu parler de l' (Attrait) pour la première fois?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Journal | <input type="checkbox"/> Bouche à oreille (amis ou membres de la famille) |
| <input type="checkbox"/> Radio | <input type="checkbox"/> Internet |
| <input type="checkbox"/> Télévision | <input type="checkbox"/> Autre source |
| <input type="checkbox"/> Magazine | <input type="checkbox"/> Ne me rappelle pas |
| <input type="checkbox"/> Babillard ou affiche | |

36. Quelle est votre tranche d'âge?

- 00-14 ans
- 15-19 ans
- 20-24 ans
- 25-44 ans
- 45-54 ans

- 55-64 ans
- 65-74 ans
- 75-84 ans
- 85+ ans

37. Quel est votre sexe?

- Masculin
- Féminin

Merci d'avoir rempli ce questionnaire.

PROJET PILOTE SUR
L'ÉVALUATION DES
IMPACTS
ÉCONOMIQUES

MANUEL DE FORMATION DES
INTERVIEWEURS

LE PROJET

EN QUOI CONSISTE LE PROJET?

Ce projet a pour objet d'aider les organisateurs d'événements et les gestionnaires d'installations à déterminer le rendement économique de leurs investissements dans les activités liées au tourisme en effectuant une évaluation des impacts économiques.

QU'EST-CE QU'UNE INCIDENCE ÉCONOMIQUE DU TOURISME?

L'incidence économique d'un événement sur le tourisme est une évaluation du changement de l'activité économique qui découle des touristes qui viennent de l'extérieur pour y assister.

Si le quotidien de votre localité signalait l'incidence économique du tourisme, il imprimerait quelque chose du genre :

Le Festival ABC a attiré _____ milliers de touristes à la ville. Ces touristes ont généré une incidence économique de _____ milliers de dollars, _____ emplois pour la collectivité, et ajouté _____ milliers de dollars aux coffres locaux au chapitre des taxes.

Les chiffres utilisés pour remplir les espaces en blanc dans cette déclaration représentent les résultats d'une évaluation des impacts économiques du tourisme, selon les touristes qui ont assisté au Festival ABC. L'incidence économique touristique d'un événement prend en considération les dépenses supplémentaires des touristes qui voyagent de l'extérieur et se rendent à l'événement.

Les dépenses supplémentaires sont des fonds qui sont dépensés à l'événement ou en raison de l'événement et qui n'auraient pas été effectuées autrement dans la collectivité. L'incidence économique touristique est le changement qu'affichent les ventes, le revenu et les emplois dans des entreprises ou des organismes qui reçoivent les dépenses des touristes, directement ou indirectement, parce que les touristes sont venus à la collectivité et y ont dépensé de l'argent.

COMMENT MESUREZ-VOUS L'INCIDENCE ÉCONOMIQUE TOURISTIQUE?

Vous pouvez mesurer l'incidence économique touristique en effectuant des sondages auprès des participants à propos de leurs dépenses *sur le site et à l'extérieur du site*, les détails des voyages et les caractéristiques personnelles, et qui analysent ensuite les données.

L'INTERVIEWEUR

QUEL RÔLE L'INTERVIEWEUR JOUE-T-IL?

Les intervieweurs représentent une importante composante du processus de recherche. Ils fournissent aux chercheurs qui analyseront les données tous les renseignements essentiels à propos des participants tels que les dépenses, les caractéristiques, etc.

Si les intervieweurs font un bon travail, la qualité des renseignements est meilleure. S'ils ne font pas un bon travail, la qualité des renseignements se détériore.

QUI EST UN BON INTERVIEWEUR?

C'est quelqu'un qui :

- possède de bonnes aptitudes à communiquer : prononce bien, utilise un langage approprié pour les visiteurs qui sont interrogés;
- a une habileté en communications interpersonnelles;
- est sympathique et sociable;
- réussit à maintenir les conversations dans la bonne direction;
- est un travailleur indépendant possédant un sens solide de l'éthique;
- est à l'aise avec les programmes informatiques pour la saisie des données et la tenue des dossiers.

L'ENTREVUE

COMMENT ALLONS-NOUS INTERROGER LES PARTICIPANTS?

Aux fins de la présente évaluation des impacts économiques, nous effectuerons des entrevues en personne à l'aide d'appareils portatifs de collecte des données. Il y aura des copies papier du questionnaire numérotées à l'avance qui seront mises à la disposition de ceux qui en ont besoin seulement. Veuillez entrer les questionnaires qui ont été remplis sur papier dans l'appareil portatif à la fin de la période de travail de chaque intervieweur.

Chaque intervieweur devra apporter une copie papier du questionnaire (dans des dispositifs de protection de plastique) pour les répondants qui peuvent le consulter s'ils le désirent.

QU'ARRIVE-T-IL SI LES PARTICIPANTS PARLENT FRANÇAIS?

Malheureusement, nous ne pouvons pour l'instant effectuer d'entrevues en français; par conséquent, une copie papier du sondage en français sera disponible. Tout comme le questionnaire en anglais, chaque questionnaire sera numéroté et, lorsqu'il sera complété, il devra être retourné par

l'intervieweur à la boîte de dépôt désignée après la période de travail de chaque intervieweur. Les questionnaires en français n'ont pas à être insérés dans les appareils portatifs.

COMMENT DOIS-JE NUMÉROTÉ LES QUESTIONNAIRES SUR PAPIER?

Chaque intervieweur doit obtenir quelques copies du questionnaire en anglais et en français pour chaque période de travail. Afin de se tenir au courant des réponses, les questionnaires doivent être numérotés.

L'intervieweur effectuera la numérotation selon la méthode suivante; année/mois/jour et heure selon une horloge de 24 heures.

Le numéro d'identification doit ressembler à ceci : 05/07/23 - 12:04

INTERROGEONS-NOUS TOUS LES PARTICIPANTS?

Non. Nous devons effectuer le sondage auprès d'un échantillon « aléatoire » de personnes de la localité et de touristes. Il importe de prendre note que bien que les résidents de la localité puissent représenter la majorité des participants à l'événement, les questions concernant les renseignements sur leurs dépenses seront différentes de celles qui s'appliquent aux touristes. Pour cette raison, les appareils portatifs seront programmés avec des questions précises pour les personnes de la localité et les touristes.

Puisque l'incidence économique d'un événement prend en considération les dépenses des touristes qui voyagent à partir de l'extérieur et se rendent à l'événement, il est important de recueillir la majorité des réponses auprès d'eux.

Une carte et des définitions peuvent être fournies au besoin pour vous aider à établir la différence entre les personnes de la localité et les touristes.

À QUEL ENDROIT ABORDONS-NOUS LES PARTICIPANTS?

Selon la catégorie d'attrait/d'événement, vous pouvez aborder les participants aux points d'accès à l'entrée et (ou) à la sortie. Il est important que tous les intervieweurs adoptent une méthode cohérente dont conviendront les coordonnateurs.

POURQUOI L'ÉCHANTILLONNAGE « ALÉATOIRE » EST-IL SI IMPORTANT?

Les intervieweurs doivent aborder les personnes qui arrivent à l'événement de manière « aléatoire ». Le caractère aléatoire est très important à l'étape de la sélection afin de s'assurer que l'échantillon final que vous intégrerez à votre étude soit représentatif de toutes les catégories de participants. Par exemple, vous ne devez pas choisir les personnes simplement parce qu'elles semblent sympathiques ou coopératives.

COMMENT ABORDONS-NOUS LES PARTICIPANTS « ALÉATOIREMENT »?

La manière la plus facile de procéder de manière aléatoire à l'étape de la sélection consiste à faire en sorte que chaque intervieweur aborde chaque n° (p. ex., chaque 5^e) personne au fur et à mesure qu'il arrive à l'événement ou le quitte et tente d'obtenir la collaboration de la personne.

Si le débit à l'entrée est très intense à un point d'accès, l'intervalle pourrait être chaque 3^e ou 5^e personne qui entre ou qui sort. Si, néanmoins, le débit à l'entrée est très lent, l'intervieweur pourrait recevoir la directive d'aborder la « prochaine » personne qui arrive ou qui quitte après que le questionnaire précédent est rempli.

Il est également important de demander à la partie d'identifier la personne qui pourrait répondre aux questions le plus exactement possible à propos des dépenses.

QUAND DOIS-JE INTERROGER LES PARTICIPANTS?

Le calendrier de collecte des données ou d'entrevues est le processus randomisé qui consiste à choisir les moments des entrevues et, afin d'assurer la qualité des données, il y a un certain nombre d'éléments à considérer. Les chercheurs, les coordonnateurs et les intervieweurs détermineront le calendrier, qui prendra en considération le « caractère aléatoire » et les intervieweurs détermineront le calendrier, qui prendra en considération le « caractère aléatoire », le débit des visiteurs, la disponibilité, etc.

QUE DOIS-JE APPORTER LORSQUE J'INTERROGE DES PARTICIPANTS?

- *La boîte à outils de votre intervieweur doit comprendre :*
 - un formulaire d'identification original;
 - un ordinateur de poche;
 - une manière de communiquer avec un superviseur au cas où un répondant désire vérifier l'authenticité d'un intervieweur, si l'intervieweur éprouve des difficultés avec un répondant, ou en cas d'urgence;
 - dans certains cas, une carte de la région pour aider le participant à déterminer s'il est un visiteur local ou de l'extérieur;
 - une carte du site;
 - un bloc-notes et un crayon;
 - des copies du questionnaire en anglais et en français;
 - des copies du questionnaire en anglais dans des protège-documents;

- selon votre emplacement, vous aurez peut-être également besoin d'un sac à dos/sac, d'eau, d'écran solaire, d'un vaporisateur contre les insectes et d'autres articles personnels que vous jugez nécessaires.

COMMENT POUVONS-NOUS NOUS ASSURER QUE NOUS NE COMPTONS PAS LES GENS DEUX FOIS?

Afin de nous assurer que le répondant éventuel n'a pas été interrogé ailleurs sur le site, vous devez lui demander si quelqu'un l'a déjà arrêté pour lui poser des questions.

L'ENTREVUE : L'INTRODUCTION

PRÉSENTEZ-VOUS

Pour commencer l'entrevue, l'intervieweur a besoin d'un texte. (Veuillez vous reporter au texte complet de l'intervieweur.)

Bonjour, mon nom est XXX

Bienvenue à XXXX. Avant que vous ne commenciez votre visite ici aujourd'hui, j'aimerais vous poser quelques questions afin d'en apprendre davantage sur les gens qui assistent à cet événement.

Pourriez-vous me recommander à la personne de votre groupe qui est la mieux placée pour rendre compte des activités des dépenses pour ce voyage?

(POUR METTRE LE RÉPONDANT À L'ÉCART)

Si vous n'avez pas déjà été interrogé, vous-même et les autres qui sont ici aujourd'hui avec vous aujourd'hui pourriez-vous simplement vous placer à l'écart pour environ cinq minutes?

EXPLIQUER QUI EST RESPONSABLE POUR CE SONDAGE

Ce site ainsi que les gouvernements fédéral et provinciaux sont responsables de ce sondage.

EXPLIQUER LE BUT DE CE SONDAGE

Nous effectuons ce sondage pour mesurer les bénéfices économiques du tourisme à cet événement. Ces renseignements seront utilisés pour aider à consolider le secteur de la culture et du patrimoine.

EXPLIQUER LA CONFIDENTIALITÉ

Votre confidentialité sera protégée. Nous ne communiquerons pas de données qui divulgueraient vos renseignements à toute personne, entreprise ou tout organisme.

POURRONT-ILS VRAIMENT VOIR LES RÉSULTATS?

Les résultats publiés de ce sondage ressembleront quelque peu à ce qui suit ...

Le Festival ABC a attiré _____ milliers de touristes à la ville. Ces touristes ont généré une incidence économique de _____ milliers de dollars, _____ emplois pour la collectivité, et ajouté _____ milliers de dollars aux coffres locaux au chapitre des taxes.

Dites aux participants qu'il y a une personne avec laquelle ils peuvent communiquer pour fins de vérification, pour poser des questions, etc.

Les renseignements sur les personnes-ressources seront fournis sur la feuille d'instruction du sondage. On invite le répondant à communiquer avec la personne désignée pour toute question.

LE CADRE DE L'ENTREVUE

DOIS-JE POSER CHAQUE QUESTION EXACTEMENT DE LA MÊME MANIÈRE QU'ELLE EST ÉCRITE?

Oui. Il est important que l'entrevue soit normalisée pour tous les répondants. Même des petits changements qui peuvent sembler sans conséquences peuvent en fait changer considérablement la signification des questions et des réponses. Néanmoins, s'il est clair que la personne n'a pas compris la question, vous devez la reformuler ou la poser d'une manière différente.

DOIS-JE SUIVRE LE MÊME ORDRE?

Oui. Alors que vous vous familiarisez de plus en plus avec le sondage, vous pourriez être tenté de changer l'ordre des questions. Il est important que vous suiviez le cheminement du questionnaire, afin de ne pas perdre votre place ou d'omettre des questions.

DOIS-JE POSER CHAQUE QUESTION?

Oui. Même si vous serez parfois tenté d'omettre une question parce que vous pensez avoir déjà entendu ce que le répondant dira, vous devez suivre la structure du sondage.

PUIS-JE LES AIDER UN PEU?

Non. Si vous terminez la phrase pour eux, vous supposez que ce qu'ils avaient à dire est transparent ou évident, ou que vous ne désirez pas leur donner le temps de s'exprimer en leurs propres termes.

QUE DOIS-JE FAIRE SI JE NE COMPRENDS PAS UNE RÉPONSE?

Si vous n'êtes pas certain d'avoir compris une réponse ou si la réponse est incomplète, essayez l'une des techniques suivantes :

- Reformulez ce que la personne a dit, dites-leur, et demandez si vous avez bien compris. Par exemple, « J'ai compris que vous aviez dit que vous passiez simplement dans le secteur, est-ce exact? »

- Demandez à la personne si elle peut reformuler son commentaire ou expliquer davantage. Par exemple, « Pouvez-vous m'en dire davantage à propos des raisons pour lesquelles vous visitez notre région? »

COMMENT PUIS-JE AVOIR LA CERTITUDE QUE LE RÉPONDANT ME DONNE DES RÉPONSES EXACTES?

Utilisez les réponses des questions précédentes pour vérifier les réponses des dernières questions, en particulier celles qui se trouvent à la section portant sur les dépenses. Par exemple, vous posez des questions à propos d'autres dépenses et la personne vous donne une évaluation très faible. Vous pourriez vous demander : « Cela comprend-il les frais d'admission aux attractions que vous avez visitées comme vous l'avez mentionné plus tôt? »

QU'EST-CE QUE LA PARTIALITÉ DE L'INTERVIEWEUR?

La partialité de l'entrevue survient lorsque vous biaisez par inadvertance les résultats du sondage. Soyez prudent en ce qui concerne la façon dont vous posez des questions afin de vous assurer que vos questions ou commentaires n'insinuent rien et ne suggèrent pas une certaine réponse. Des questions suggestives ou une tonalité suggestive de la voix peuvent biaiser les réponses à une question. Dans la mesure du possible, posez des questions de manière neutre puisqu'il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses aux questions.

COMMENT GARDONS-NOUS LES RÉPONDANTS DANS LE FIL DE L'ENTREVUE?

Vous devrez probablement élaborer des méthodes pour ramener les répondants dans le fil de l'entrevue s'ils commencent à répondre en détail à une question en particulier. Par exemple, un répondant donne des détails, à savoir jusqu'à quel point il apprécie le voyage. L'intervieweur pourrait confirmer ce qu'ils disent et passer à la question suivante. « Je suis content de savoir que vous avez du plaisir dans notre collectivité, combine de soirées avez-vous l'intention de passer ici? »

Les intervieweurs doivent posséder de bonnes aptitudes à écouter. Cela signifie écouter attentivement ce que les gens disent, donner l'impression d'être éveillé et intéressé à l'entrevue, donner des signaux verbaux et non verbaux qui démontrent que vous êtes intéressé et attentif.

L'ENTREVUE : LA CONCLUSION

COMMENT DEVONS-NOUS CONCLURE L'ENTREVUE?

Lorsque vous avez passé l'entrevue en entier, vous devez conclure. **Ne soyez pas brusque et ne précipitez pas les choses.** Vous devez trouver une façon de terminer poliment la conversation et de vous retirer.

REMERCIER LE RÉPONDANT

N'oubliez pas de le faire. Même si le répondant était gênant ou mal informé, il est important que vous soyez poli et que vous le remerciez pour avoir donné de son temps.

APRÈS L'ENTREVUE

UNE FOIS QUE MA PÉRIODE DE TRAVAIL EST TERMINÉE, QUE DOIS-JE FAIRE?

Une fois que votre période de travail est terminée, vous devez retourner les ordinateurs de poche, le bloc-notes, et toutes les copies papier du sondage.

DÉFINITIONS

Ménage

Un ménage comprend toutes les personnes qui habitent la même résidence permanente.

Groupe de voyage

Un groupe de voyage comprend toutes les personnes qui voyagent ensemble, mais qui ne proviennent pas nécessairement de la même résidence permanente.

Dépenses sur le site

Les dépenses sur le site désignent toutes les dépenses dans la région immédiate de l'événement. Par exemple, si vous avez stationné au stationnement de l'événement, vous inscririez vos frais de stationnement à la rubrique « dépenses sur le site », mais si vous avez stationné à quelques coins de rue, vous inscririez vos frais de stationnement (ainsi que tout autre stationnement que vous avez payé pour ce voyage) à la rubrique « autres dépenses ».

RÉFÉRENCES

A Guide To Designing and Conducting Visitor Surveys, Julie Leones, Arizona Cooperative Extension, College of Agriculture, The University of Arizona, septembre 1998

Trochim, William M. *The Research Methods Knowledge Base*, 2nd Edition. Page Internet WWW, à l'URL : <<http://trochim.human.cornell.edu/kb/index.htm>> (version courante en date du 16 août 2004).

Power to our people : Participatory Research Kit, Creating Surveys, Data Centre, Impact Research for Social Justice 2004 (<http://www.datacenter.org/research/creatingsurveys/creatingsurveys.pdf>)

Guidelines for Measuring Tourism Economic Impact, Economic Value of Fairs and Festivals, Research Resolutions & Consulting Ltd., juin 2005