

PAR COURRIEL

Québec, le 31 mars 2025

[REDACTED]
[REDACTED]

Objet : Suivi de votre demande d'accès aux documents – N/Réf. : M58497

La présente a pour objet le suivi de votre demande d'accès à l'information et aux documents reçue le 3 février 2025, visant à obtenir :

« les documents qui ont été exigés par le ministère dans le cadre de la convention de la subvention 2022-2023 et 2023-2024 entre la Coupe des Présidents édition Montréal 2024 et le ministère.

1- Le rapport sur la réalisation des exigences de visibilité

2- Le rapport détaillé de l'événement ponctuel présentant notamment en quoi l'événement a contribué à une augmentation de la performance touristique, de l'achalandage et a permis de générer des recettes touristiques supplémentaires et à contribuer à accroître la notoriété et le rayonnement du Québec sur la scène nationale et internationale. (article 4,7 de la convention)

3- L'étude de provenance et d'achalandage réalisée par une firme indépendante et remis au ministère

4- Le rapport sur les mesures de sécurité mises en place durant l'événement »

Au terme de nos recherches, nous vous informons que le ministère du Tourisme détient les documents recherchés. Toutefois, les documents retrouvés nécessitaient la consultation d'un tiers conformément à l'article 25 de la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels (RLRQ, chapitre A-2.1, ci-après Loi sur l'accès). Ce tiers a accepté la transmission des documents, sauf celui répondant au point 4, et ce, en vertu des articles 23 et 24 de la Loi sur l'accès.

...2

Précisons que ces observations des tiers concernés sont conformes aux dispositions de la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels (RLRQ, c. A-2.1), à savoir :

- Article 23 : Un organisme public ne peut communiquer (...) un renseignement industriel, financier, commercial, scientifique, technique ou syndical de nature confidentielle fourni par un tiers et habituellement traité par un tiers de façon confidentielle, sans son consentement.

- Article 24 : Un organisme public ne peut communiquer un renseignement fourni par un tiers lorsque sa divulgation risquerait vraisemblablement d'entraver une négociation en vue de la conclusion d'un contrat, de causer une perte à ce tiers, de procurer un avantage appréciable à une autre personne ou de nuire de façon substantielle à la compétitivité de ce tiers, sans son consentement.

En terminant, sachez qu'il vous est possible de demander à la Commission d'accès à l'information de réviser la décision qui vous est communiquée par la présente. Vous trouverez ci-annexé une note explicative concernant l'exercice de ce recours.

Nous vous prions d'agréer nos salutations les meilleures.

Le responsable de l'accès aux documents,

Frédéric Desjardins

FD/gv

p.j.

- Avis de recours
- 2024 Presidents Cup - Étude sur l'origine et de la fréquentation des visiteurs en 2024 (1)
- 2024 Presidents Cup Bonjour Montreal Recap – French
- CS 2024_Presidents Cup_French Event Summary Infographic_1582633-H (1)
- Presidents Cup Media Recap_Final (2)

LOI SUR L'ACCÈS AUX DOCUMENTS DES ORGANISMES PUBLICS ET SUR LA PROTECTION DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS (RLRQ, CHAPITRE A-2.1)

Article 23

Un organisme public ne peut communiquer le secret industriel d'un tiers ou un renseignement industriel, financier, commercial, scientifique, technique ou syndical de nature confidentielle fourni par un tiers et habituellement traité par un tiers de façon confidentielle, sans son consentement.

1982, c. 30, a. 23.

Article 24

Un organisme public ne peut communiquer un renseignement fourni par un tiers lorsque sa divulgation risquerait vraisemblablement d'entraver une négociation en vue de la conclusion d'un contrat, de causer une perte à ce tiers, de procurer un avantage appréciable à une autre personne ou de nuire de façon substantielle à la compétitivité de ce tiers, sans son consentement.

1982, c. 30, a. 24.

Article 25

Un organisme public doit, avant de communiquer un renseignement industriel, financier, commercial, scientifique, technique ou syndical fourni par un tiers, lui en donner avis, conformément à l'article 49, afin de lui permettre de présenter ses observations, sauf dans les cas où le renseignement a été fourni en application d'une loi qui prévoit que le renseignement peut être communiqué et dans les cas où le tiers a renoncé à l'avis en consentant à la communication du renseignement ou autrement.

1982, c. 30, a. 25; 2006, c. 22, a. 12.

AVIS DE RECOURS EN RÉVISION

RÉVISION

a) Pouvoir

L'article 135 de la Loi prévoit qu'une personne peut, lorsque sa demande écrite a été refusée en tout ou en partie par le responsable de l'accès aux documents ou de la protection des renseignements personnels ou dans le cas où le délai prévu pour répondre est expiré, demander à la Commission d'accès à l'information de réviser cette décision.

La demande de révision doit être faite par écrit; elle peut exposer brièvement les raisons pour lesquelles la décision devrait être révisée (art. 137).

L'adresse de la Commission d'accès à l'information est la suivante :

QUÉBEC

Bureau 2.36
525, boul. René-Lévesque Est
Québec (Québec) G1R 5S9

Tél : (418) 528-7741
Télec : (418) 529-3102

MONTRÉAL

Bureau 18.200
500, boul. René-Lévesque Ouest
Montréal (Québec) H2Z 1W7

Tél : (514) 873-4196
Télec : (514) 844-6170

b) Motifs

Les motifs relatifs à la révision peuvent porter sur la décision, sur le délai de traitement de la demande, sur le mode d'accès à un document ou à un renseignement, sur les frais exigibles ou sur l'application de l'article 9 (notes personnelles inscrites sur un document, esquisses, ébauches, brouillons, notes préparatoires ou autres documents de même nature qui ne sont pas considérés comme des documents d'un organisme public).

c) Délais

Les demandes de révision doivent être adressées à la Commission d'accès à l'information dans les 30 jours suivant la date de la décision ou de l'expiration du délai accordé au responsable pour répondre à une demande (art. 135).

La loi prévoit spécifiquement que la Commission d'accès à l'information peut, pour motif raisonnable, relever le requérant du défaut de respecter le délai de 30 jours (art. 135).



PRESIDENTS CUP™

ÉTUDE SUR L'ORIGINE ET DE LA FRÉQUENTATION DES VISITEURS EN 2024

Étude de l'Audience, Rapports
et Analyses par :



Préparé pour :



APERÇU DE L'ÉVÉNEMENT ET DU PROJET



La Presidents Cup, créée en 1994 par le PGA TOUR, est un tournoi de golf biennal mettant en vedette les meilleurs joueurs américains contre une équipe internationale (à l'exclusion de l'Europe). Elle met en valeur le golf de haut niveau, promeut le sport à l'échelle mondiale et soutient des causes caritatives.



La Presidents Cup 2024 s'est tenue du 26 au 29 septembre au Royal Montreal Golf Club, au Québec, Canada. Avec plus de 50 000 spectateurs, l'événement a mis en valeur la capacité du Canada à accueillir des compétitions sportives de classe mondiale et a renforcé la réputation de Montréal en tant que destination golfique de premier plan.



Eventcorp, mandatée par le PGA TOUR, a réalisé une enquête sur le terrain lors de la Presidents Cup 2024 afin d'évaluer les caractéristiques démographiques des participants, leurs comportements de voyage, leurs dépenses et leur engagement. L'objectif de l'enquête est de quantifier l'impact économique de l'événement, d'évaluer son attrait touristique et de fournir des recommandations concrètes pour la planification des événements futurs, permettant ainsi aux parties prenantes d'optimiser les retombées économiques et culturelles.

OBJECTIFS DE LA RECHERCHE

Déterminer les caractéristiques démographiques des participants

Déterminer l'origine des visiteurs et leurs habitudes de déplacement

Déterminer les niveaux de dépenses des visiteurs hors région (dépenses économiques liées à la demande) associés à la participation au tournoi

Mesurer l'Attractivité de l'Événement

Déterminer les caractéristiques de la fréquentation et les modes d'engagement des participants



MÉTHODOLOGIE, EXPERTISE ET CONFORMITÉ



MÉTHODOLOGIE

Questionnaire & Kiosques



Un questionnaire de 37 écrans a été conçu par le PGA Tour et Eventcorp.

La collecte de données a été réalisée à l'aide de seize (16) unités à écran tactile, placées dans des zones à fort trafic telles que les sorties de commerce, les zones de fans et les stands d'information.

Prix/Incitations



Les répondants ont été incités à participer à l'enquête avec la chance de gagner une carte-cadeau de 500 \$.

Échantillon



Un total de 1 678 cycles de réponse ont été initialement enregistrés pour cet événement. Le processus de sélection a exclu 340 réponses en raison de l'achèvement préalable ou de l'abandon prématuré, laissant un total final de 1 358 réponses valides.

Marge d'erreur



Les niveaux de confiance pour les questions principales varient de $\pm 2.6\%$ à $\pm 2.7\%$, les résultats moyens tomberaient dans cette marge d'erreur dans 19 sur 20 enquêtes similaires.

EXPERTISE

Eventcorp Services est un leader dans l'analyse et la connaissance de l'audience.

Nous utilisons une méthodologie unique avec des dispositifs de collecte de données portables, fiables et faciles à utiliser pour mener des études de recherche sur le terrain. Les données factuelles sont collectées par Eventcorp au "point d'expérience" et sont présentées à nos clients quotidiennement.

Nous fournissons le volume, l'intégrité et l'immédiateté des informations cruciales "à *savoir maintenant*" de manière aussi rapide et efficace que possible.

Notre méthode minimise les biais et peut être utilisée pour recueillir des retours de divers intervenants. Elle a été utilisée avec succès pour collecter des avis de : participants généraux, visiteurs des zones d'hospitalité premium.

RÉFÉRENCES



PLUS DE 2,7
MILLIONS DE
PERSONNES
INTERROGÉES



SERVICE ASSURÉ
POUR PLUS DE
1 100
ÉVÉNEMENTS

25+

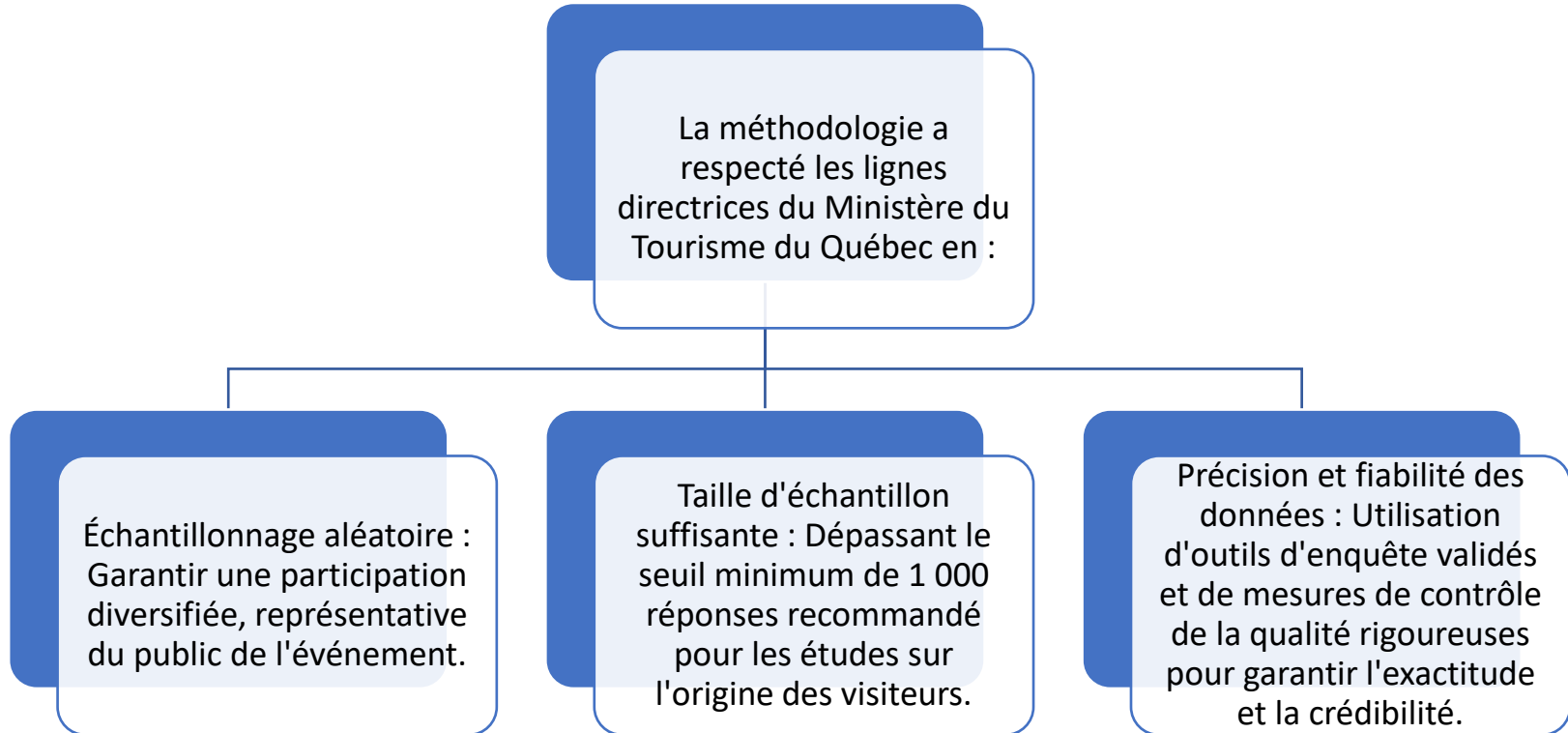
PLUS DE 25
ANS
D'EXPÉRIENCE



ACTIVITÉ DANS
3 PAYS

Nous avons collaboré avec **plus de 100 clients** lors de plus de **1 100 événements**, allant des événements sportifs majeurs, équipes et ligues, aux concerts, foires, festivals et conférences.

CONFORMITÉ

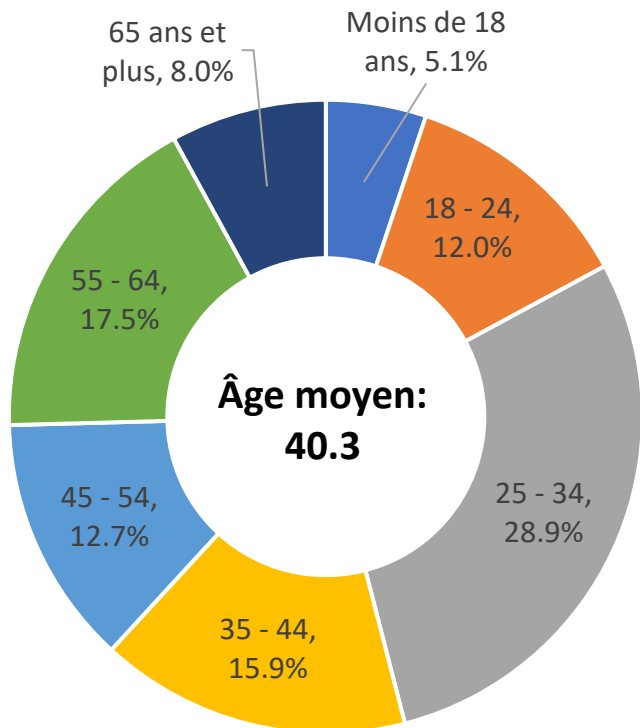




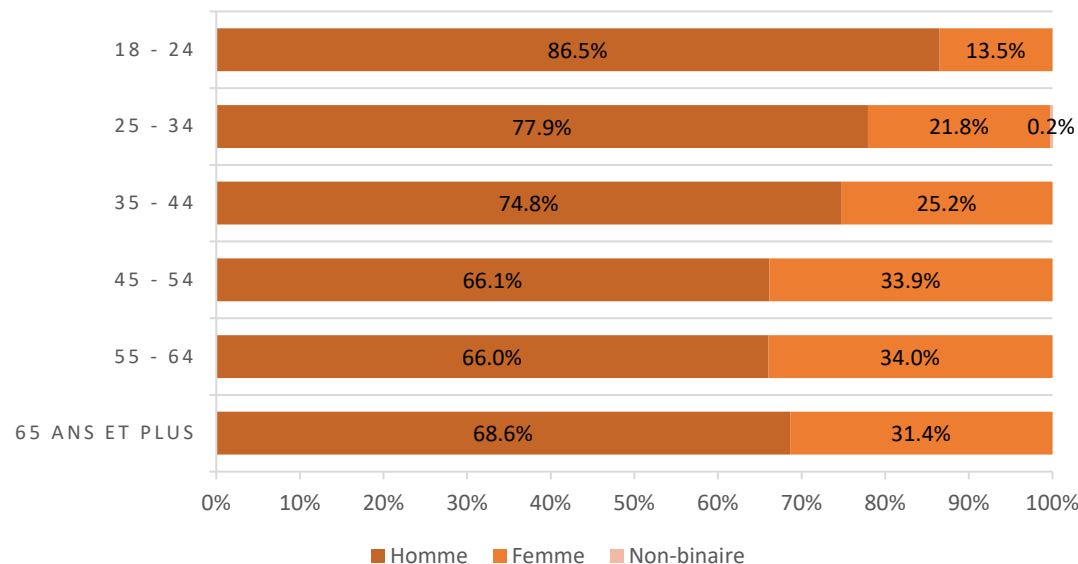
PROFIL DES PARTICIPANTS



DÉMOGRAPHIE

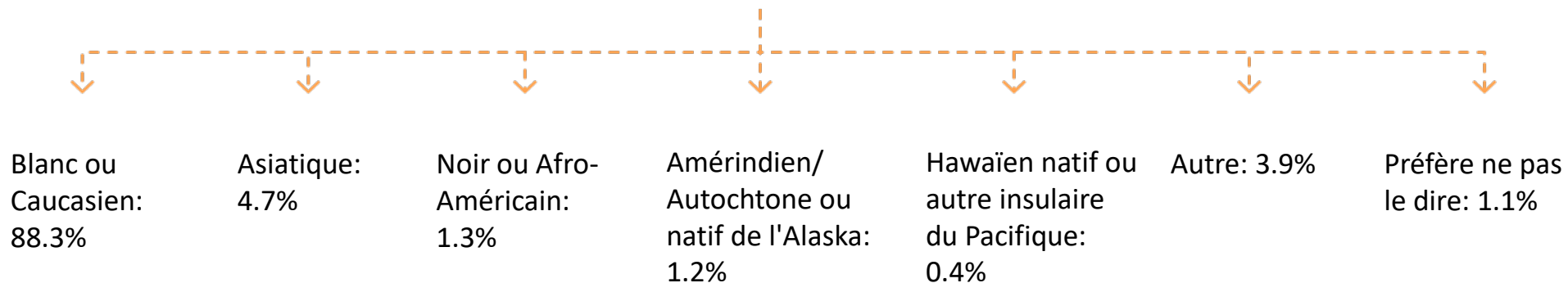


Répartition des participants par âge et genre



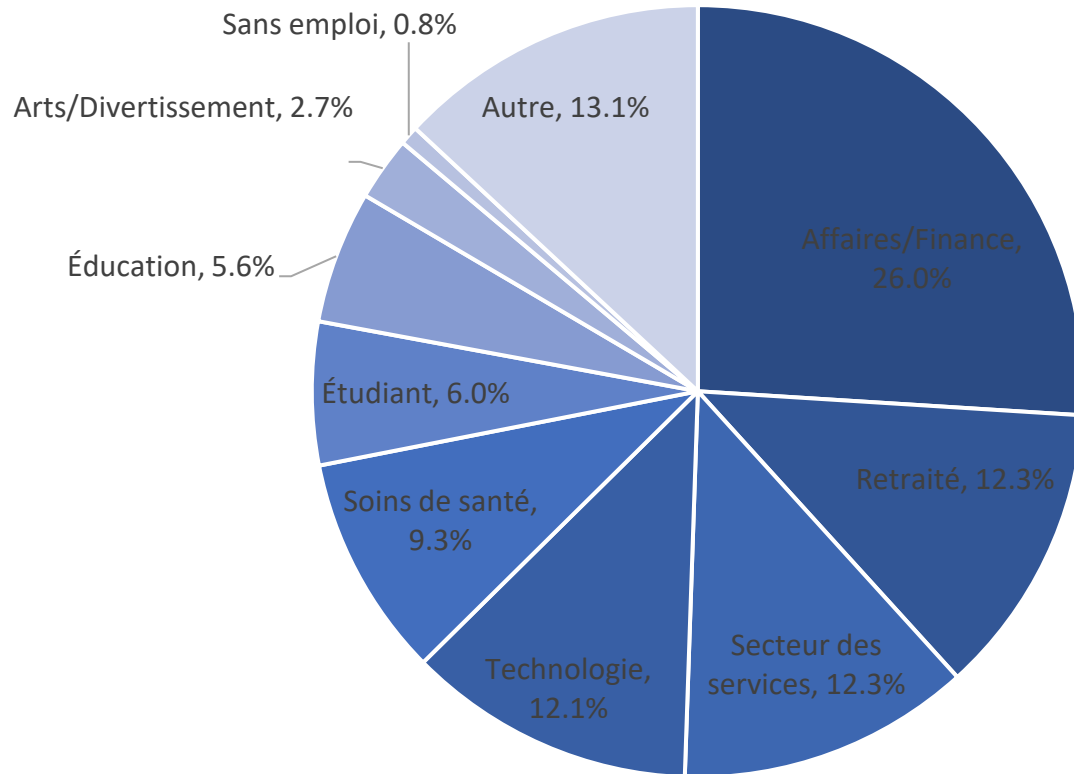
DÉMOGRAPHIE

Ethnies



*3% d'origine Espagnole, Hispanique ou Latino-Américaine

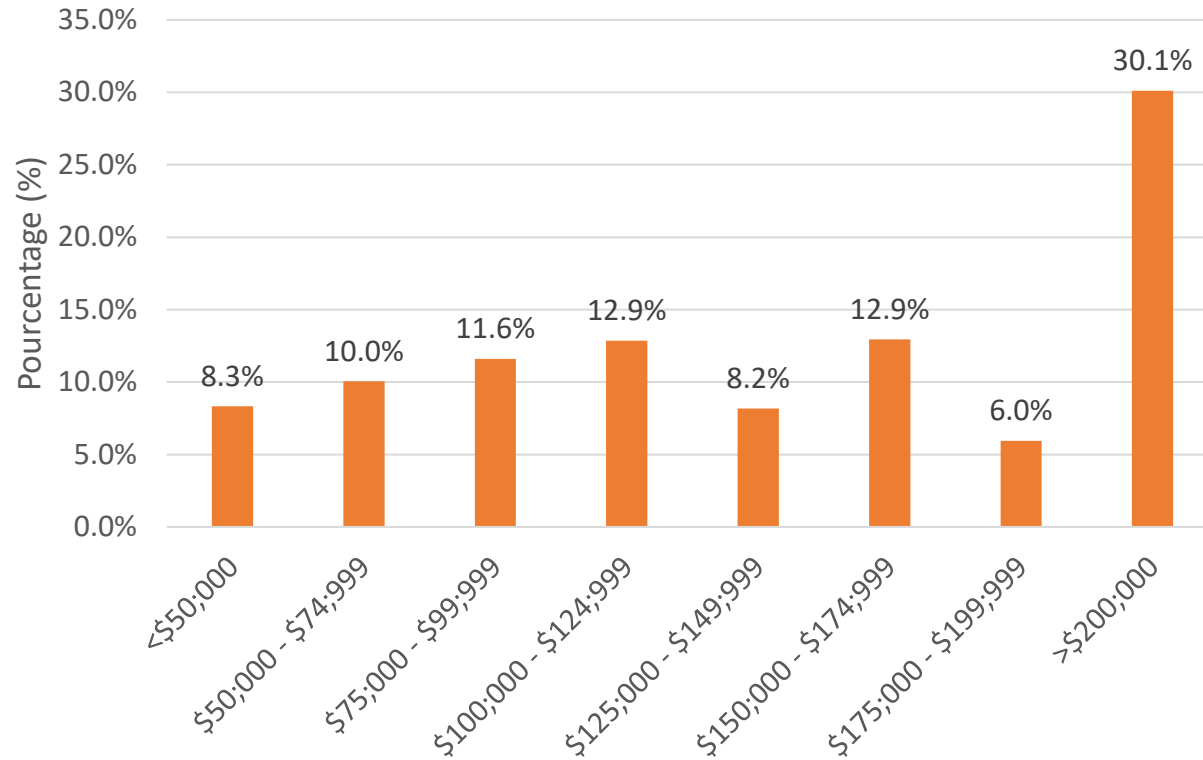
EMPLOI



Secteurs d'emploi clés:

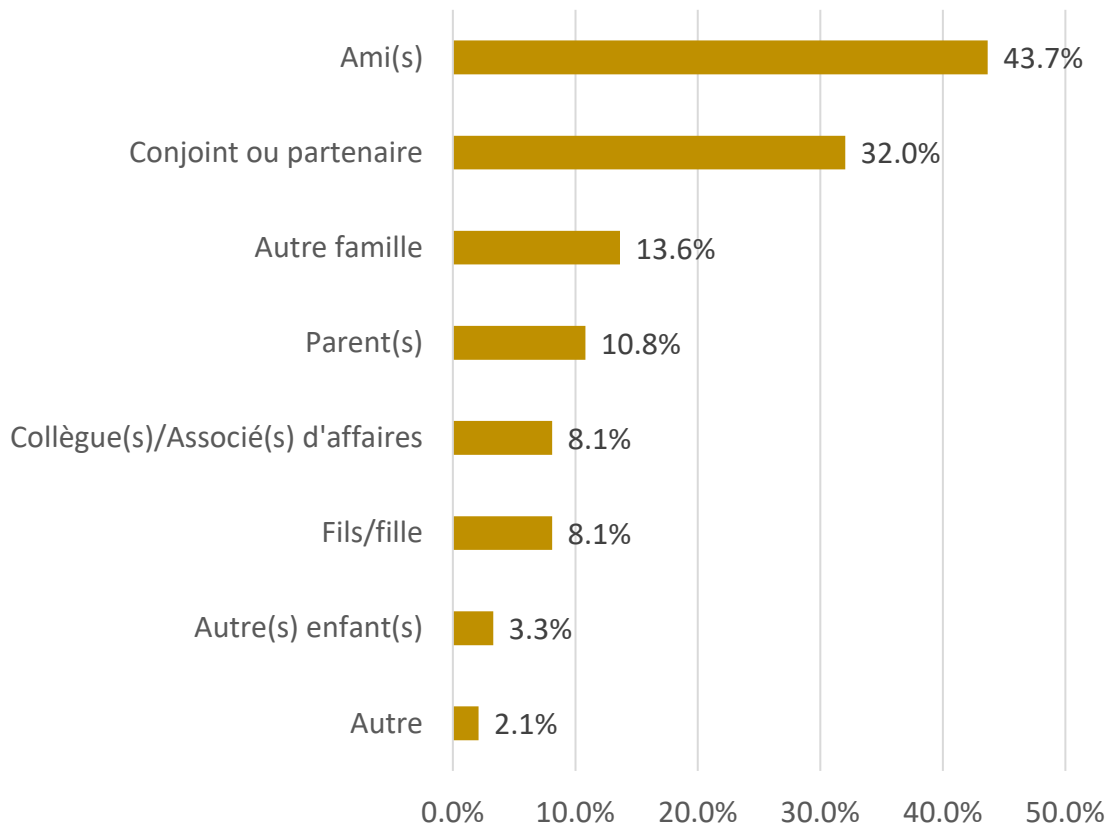
- Affaires/Finance (26.0%):
- Retraités (12.3%)
- Secteur des services (12.3%)
- Technologie (12.1%)

REVENUS DU MÉNAGE



REVENU MOYEN DU
MÉNAGE : \$149,925

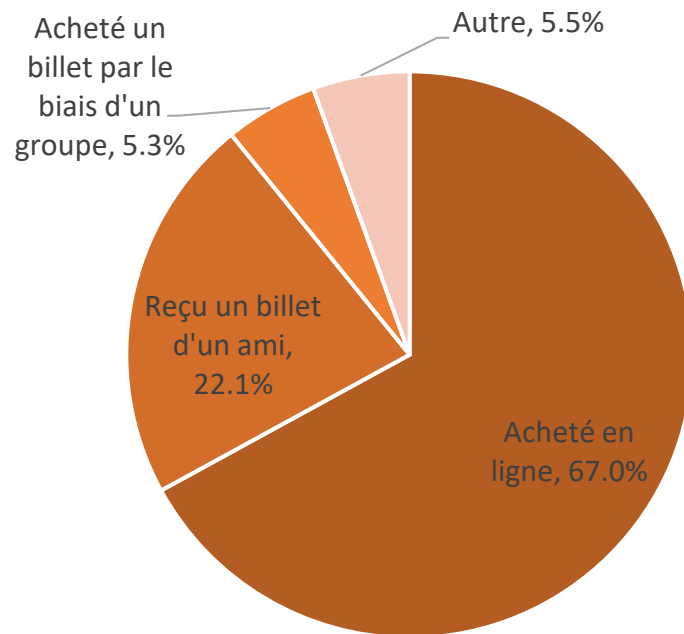
JOURS DE FRÉQUENTATION ET COMPOSITION DES GROUPES



Caractéristiques des groupes et de la fréquentation :

- 6.9% ont assisté seuls
- Taille moyenne du groupe : 3.3 personnes
- Nombre moyen de jours de fréquentation : 1.5 jour

BILLETTERIE

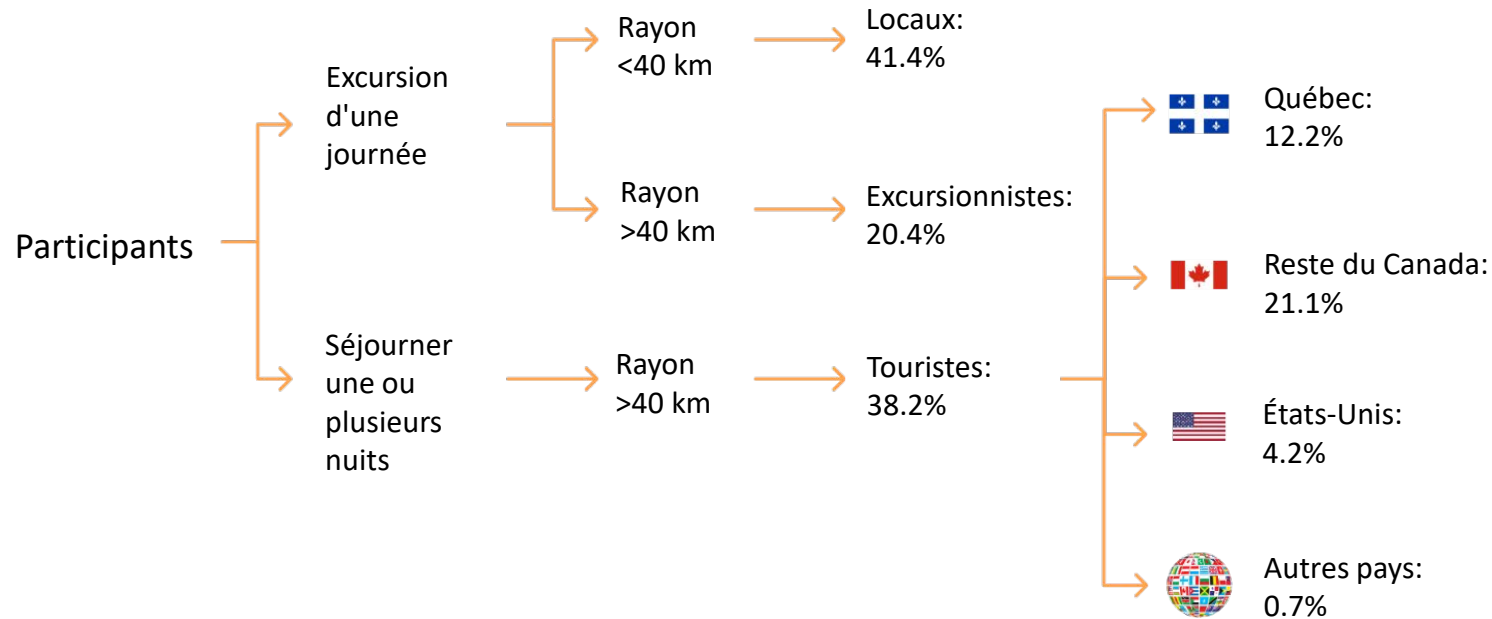




CONCLUSIONS CLÉS



ORIGINE DES PARTICIPANTS ET HABITUDES DE VOYAGE



PROFIL DES TOURISTES

75.1% des personnes ayant séjourné la nuit ont utilisé des hébergements commerciaux tels que des hôtels, Airbnb/VRBO, totalisant **50 007 nuitées**.

15.8% des touristes étaient des nouveaux venus dans la région de Montréal, soulignant la capacité de la Presidents Cup à attirer de nouveaux publics. Parmi ceux-ci, **70.0%** ont exprimé une forte intention de revisiter la région à l'avenir.

18.5% ont prolongé leur visite par un séjour avant ou après l'événement dans la région de Montréal ou d'autres parties du Québec.

2.6 NUITS

Durée moyenne de séjour



**19 338
PARTICIPANTS
TOURISTES**

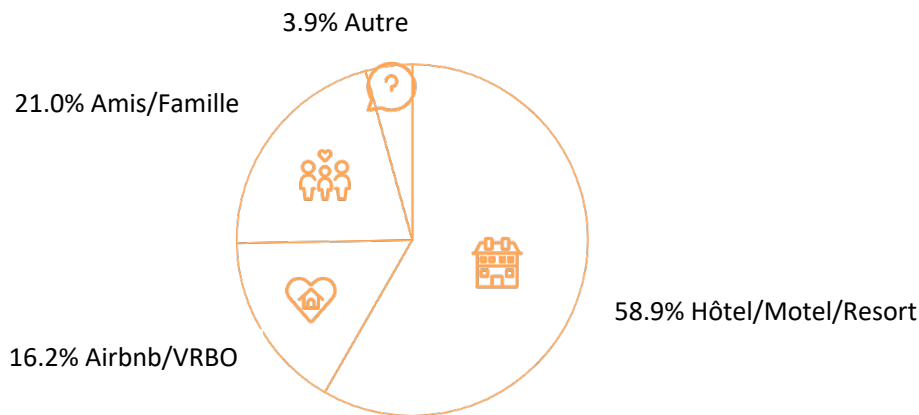
50 007 NUITÉES

Nuitées totales



HÉBERGEMENT

Types d'hébergement chez les visiteurs d'une nuit ou plus à Montréal



Parmi les visiteurs ayant séjourné une nuit dans la région de Montréal :

Hôtels : 58.9% des participants ont choisi des hôtels, indiquant une forte préférence pour les hébergements commerciaux.

Airbnb/VRBO : 16.2% ont utilisé des plateformes de location à court terme, adaptées aux petits groupes et aux séjours prolongés.

Famille/Amis : 21.0% ont séjourné chez des connaissances, ce qui reflète les liens locaux et les préférences pour économiser sur les coûts.

Autres hébergements : 3.9% ont opté pour des arrangements alternatifs.

INDICE D'ATTRACTIVITÉ



Participation à la Presidents Cup: 91.1% (n=725)

La raison principale de la plupart des visiteurs, indiquant un fort intérêt pour l'événement



Raison principale : Une influence de **100%** a été attribuée aux visiteurs ayant cité la Presidents Cup comme leur raison principale de participation.



Partiellement influencé: 3.9% (n=31)

Indique que certains visiteurs ont d'autres motivations parallèlement à l'événement



Influence partielle : Une influence de **70%** a été attribué pour refléter son influence moindre mais notable.



Sans rapport: 5.0% (n=40)

Un groupe plus restreint visite pour des raisons non liées à l'événement



Aucune influence : Aucune influence n'a été **attribuée (0%)** aux répondants ayant assisté à l'événement sans lien avec celui-ci.

$$L'indice d'attractivité = \left(\frac{725}{796} \times 100\% \right) + \left(\frac{31}{796} \times 70\% \right) + \left(\frac{40}{796} \times 0\% \right) = \mathbf{93.8\%}.$$



CONCLUSION



CONCLUSION

Démographie des visiteurs :

- L'événement a attiré un public affluant et professionnel, les groupes d'âge les plus nombreux étant ceux **de 25 à 34 ans et de 55 à 64 ans.**
- La majorité des participants étaient des hommes **(73.9%)** et s'identifiaient comme blancs **(88.3%)**, avec des opportunités d'engager une audience plus diversifiée à l'avenir.

Origine des visiteurs et habitudes de voyage :

- Plus de **58.6%** des participants ont voyagé sur plus de 40 km pour assister à l'événement.
- Une majorité **(91.1%)** a cité l'événement comme leur raison principale de visiter Montréal, ce qui se reflète dans un **indice d'attractivité élevé de 93.8%.**

CONCLUSION

Modèles d'engagement : Les participants ont activement participé en moyenne pendant **1.5 jour**, avec un fort engagement dans les activités sur site et les espaces d'hospitalité.

Impact touristique :

- L'événement a généré un total de **50 007 nuitées**, renforçant ainsi son rôle de moteur de la demande locale en hébergement.
- Les visiteurs ayant séjourné la nuit ont évalué leur probabilité de revenir à Montréal à **8.08 sur 10**.
- L'événement a attiré **15.8%** de visiteurs pour la première fois (touristes) dans la région de Montréal, tout en engageant une base fidèle de visiteurs réguliers (**84.2%**).
- Il a favorisé les séjours prolongés, avec **18.5%** des touristes ajoutant des nuits supplémentaires et des dépenses dans la région.



QUESTIONNAIRE



(1 Question Name = Info screen 1)

La Presidents Cup vous remercie d'avoir pris le temps de remplir ce questionnaire. Vos réponses aideront à améliorer les événements futurs. Toutes les données fournies seront utilisées exclusivement à ces fins. Votre participation est appréciée.

(2 Question Name = Previous completion)

Avez-vous déjà rempli ce sondage de la Presidents Cup ?

Oui

Non

(3 Question Name = Exit Repeats)

Merci pour votre participation, mais nous n'avons besoin de votre REPONSE qu'une seule fois pour ce sondage.

(4 Question Name = Age)

Quel âge avez-vous ?

Moins de 18 ans

18 - 24

25 - 34

35 - 44

45 - 54

55 - 64

65 ans et plus

(5 Question Name = Gender)

Êtes-vous...

Homme

Femme

Non-binarité

Préfère ne pas répondre

(6 Question Name = Race)

Choisissez une ou plusieurs origines ethniques auxquelles vous vous identifiez :

Blanc ou Caucasien

Noir ou Afro-Américain

Amérindien/Autochtone ou natif de l'Alaska

Asiatique

Hawaïen natif ou autre insulaire du Pacifique

Autre

Préfère ne pas dire

(7 Question Name = Ethnicity)

Êtes-vous d'origine espagnole, hispanique ou latino-américaine ?

Oui

Non

(8 Question Name = Profession)

Laquelle des professions suivantes décrit le mieux votre profession actuelle ?

Soins de santé

Éducation

Technologie

Affaires/Finance

Arts/Divertissement

Secteur des services

Étudiant

Sans emploi

Retraité

Autre

(9 Question Name = Level of Employment)

Quel est votre niveau d'emploi actuel ?

- Niveau débutant/Junior
- Niveau intermédiaire/Professionnel
- Niveau supérieur/Manager
- Cadre/Haute direction
- Propriétaire/Entrepreneur
- Freelance/Contractuel
- Préfère ne pas dire
- Autre

(10 Question Name = Place of Residence)

Lequel décrit le mieux votre lieu de résidence ?

- Grand Montréal
- Ailleurs au Québec
- Autre province canadienne
- États-Unis
- Un autre pays en dehors du Canada et des États-Unis

(11 Question Name = Kms travelled)

Quelle distance avez-vous parcourue depuis votre lieu de résidence pour vous rendre à la Coupe des Présidents ?

- 0-40 kms
- Plus de 40 kms

(12 Question Name = Zip Code)

Veuillez entrer votre code postal à 5 chiffres :

(13 Question Name = Postal Code)

Veuillez entrer votre code postal :

(14 Question Name = Country of Residence)

Veuillez sélectionner votre pays :

(15 Question Name = Provinces excl QUEBEC)

Dans quelle province ou quel territoire vivez-vous ?

(16 Question Name = OOR1 Filter)

La raison principale de votre visite dans la région de Montréal est-elle d'assister à la Presidents Cup 2024 ?

- Oui
- Non, mais cela a influencé ma décision de visiter à ce moment
- Non

(17 Question Name = OOR2 Travel Party Size)

Y compris vous-même, combien de personnes sont dans votre GROUPE DE VOYAGE ?

- Moi seulement
- Deux
- Trois
- Quatre
- Cinq
- Six ou plus

(18 Question Name = OOR3 Overnight)

Combien de nuits allez-vous passer dans la région de Montréal lors de cette visite ?

- Je ne reste pas pour la nuit
- Une nuit
- Deux nuits
- Trois nuits
- Quatre nuits
- Cinq nuits
- Six nuits
- Sept nuits
- Huit nuits ou plus

(19 Question Name = OOR4 Accommodations type)

Lequel décrit le mieux le type d'hébergement où vous séjournez ?

- Hôtel/Motel/Resort
- Airbnb/VRBO ou similaire
- Chez des amis/famille
- Autre

(20 Question Name = OOR5 Accommodation Spend)

Dans l'écran suivant, on vous demandera combien de personnes sont couvertes par ces coûts

Environ combien votre groupe a-t-il dépensé ou dépensera-t-il pour l'HÉBERGEMENT pendant votre visite ?

- \$0
- \$1 - \$49
- \$50 - \$100
- \$101 - \$250
- \$251 - \$500
- \$501 - \$1,000
- \$1,001 - \$1,500
- \$1,501 - \$2,500
- \$2,501 - \$3,500
- \$3,501 - \$5,000
- Plus de \$5,000

(21 Question Name = OOR6 Number of People in Accommodation)

Combien de personnes sont incluses dans la dépense estimée pour l'HÉBERGEMENT dans l'écran précédent ?

- Moi seulement
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10
- 11
- 12 ou plus

(22 Question Name = OOR7 Aspects Spend 1)

Environ combien votre groupe a-t-il dépensé ou dépensera-t-il au total pour les ASPECTS suivants lors de votre visite dans la région de Montréal ?

- Restaurants, Bars, Salons
- Épicerie & Magasins d'alcool
- Shopping (vêtements, articles personnels, cadeaux)
- Transport local (taxi, bus, Uber/Lyft, etc.)
- Transport pour se rendre À Montréal
- Dépenses de véhicule privé DANS la région de Montréal (essence, réparations, stationnement, etc.)
- \$0
- \$1 - \$100
- \$101 - \$250
- \$251 - \$500
- \$501 - \$1,000
- \$1,001 - \$1,500
- \$1,501 - \$2,500
- \$2,501 - \$4,000
- Plus de \$4,000

(23 Question Name = OOR8 Aspects Spend 2 - Recreation)

Dans l'écran suivant, on vous demandera combien de personnes sont couvertes par ces coûts

Environ combien votre groupe a-t-il dépensé ou dépensera-t-il au total pour les ASPECTS suivants lors de votre visite dans la région de Montréal ?

Golf
Musées/Parcs/Zoo
Casinos
Parcs d'attractions/Arcades
Autres loisirs
\$0
\$1 - \$100
\$101 - \$250
\$251 - \$500
\$501 - \$1,000
\$1,001 - \$1,500
\$1,501 - \$2,500
\$2,501 - \$4,000
Plus de \$4,000

(24 Question Name = OOR9 - How many people included in the costs)

Combien de personnes sont incluses dans les dépenses estimées pour les aspects NOURRITURE/BOISSONS/LOISIRS/TRANSPORT dans les écrans précédents ?

Moi seulement
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12 ou plus

(25 Question Name = OOR10 First Visit)

Est-ce votre première visite dans cette région de Montréal ?

Oui
Non

(26 Question Name = OOR11 Return Visit)

1=Très improbable 10=Très probable

Quelle est la probabilité que vous reveniez dans cette région à l'avenir ?

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10

(27 Question Name = OOR12 Extended Visit)

Avez-vous prolongé ou prolongez-vous votre visite à la Presidents Cup par un séjour avant ou après dans la région de Montréal ou voyagez-vous vers d'autres parties du Québec ?

Oui
Non
Incertain

(28 Question Name = OOR13 Extended Visit Spend)

Inclure le total pour le voyage, l'hébergement, les repas, les achats, etc.

Veuillez estimer combien \$ votre GROUPE a dépensé ou dépensera pour votre visite prolongée au Québec :

\$250 ou moins

\$251 - \$500

\$501 - \$750

\$751 - \$1,000

\$1,001 - \$1,250

\$1,251 - \$1,500

\$1,501 - \$1,750

\$1,751 - \$2,000

Plus de \$2,000

(29 Question Name = Locals Dining Out)

Avez-vous prévu de dîner à l'extérieur dans la région de Montréal dans le cadre de votre itinéraire de la Presidents

Cup cette semaine ?

Oui

Non

Non, je mangerai ici à la Presidents Cup

Incertain

(30 Question Name = Locals dining Out Spend)

Ne pas inclure les dépenses payées par d'autres membres de votre groupe

Environ combien \$ dépenserez-vous pour dîner à l'extérieur dans la région de Montréal cette semaine dans le cadre de votre itinéraire de la Presidents Cup ?

Zéro

\$1 - \$25

\$26 - \$50

\$51 - \$75

\$76 - \$100

\$101 - \$125

\$126 - \$150

\$151 - \$175

\$176 - \$200

Plus de \$200

(31 Question Name = Household Income)

Veuillez indiquer votre revenu annuel du ménage :

Moins de \$50,000

\$50,000 - \$74,999

\$75,000 - \$99,999

\$100,000 - \$124,999

\$125,000 - \$149,999

\$150,000 - \$174,999

\$175,000 - \$199,999

\$200,000 ou plus

(32 Question Name = Days attending)

Combien de jours de la Presidents Cup allez-vous assister ?

Un seul jour

Deux jours

Trois jours

Quatre jours

Cinq jours

Tous les six jours

(33 Question Name = Group size)

Avec combien de personnes assistez-vous à la Presidents Cup ?

J'y assiste seul

1 autre personne

2 autres personnes

3 autres personnes

4 autres personnes

5 autres personnes

6 personnes ou plus

(34 Question Name = Party composition)

Choisissez toutes les options qui s'appliquent :

Qui est ici avec vous aujourd'hui ?

Conjoint ou partenaire

Fils/fille

Parent(s)

Autre famille

Autre(s) enfant(s)

Ami(s)

Collègue(s)/Associé(s) d'affaires

Autre

(35 Question Name = Ticketing (Version B))

Comment avez-vous acheté ou reçu votre/vos billet(s) ?

Acheté en ligne

Reçu un billet d'un ami

Acheté un billet par le biais d'un groupe

Reçu en tant que bénévole

Autre

(36 Question Name = Ticketing Verbatim)

Comment avez-vous acheté ou reçu votre/vos billet(s) ?

(37 Question Name = Prize Entry input)

Votre numéro de téléphone ne sera utilisé que pour vous contacter dans le cas où vous gagnez le prix. Il ne sera PAS distribué à un tiers.

Pour participer au tirage au sort pour gagner \$500, veuillez entrer votre numéro de téléphone à 10 chiffres :

RECHERCHE SUR L'AUDIENCE, RAPPORTS
ET ANALYSES PAR :



www.eventcorpservices.com

6. SOMMAIRE DE L'ÉTUDE DE PROVENANCE ET D'ACHALANDAGE

IMPORTANT : La firme doit fournir ce sommaire avec son rapport d'étude.
Une version détachée, pouvant être complétée électroniquement, est disponible en ligne.

Indicateurs de résultat

Les informations suivantes sont fournies conformément aux définitions des indicateurs de résultat, selon les exigences méthodologiques pour les études de provenance et d'achalandage :

	Résultats	
	Pourcentage	Nombre
☒ Nombre de jours de participation (Achalandage total)	100 %	76 656
☒ Part relative des locaux	41,4 %	29 738
☒ Part relative d'excursionnistes	20,4 %	12 506
☒ Part relative de touristes	38,2 %	34 481
☒ Part relative de touristes québécois	12,2 %	9 241
☒ Part relative de touristes des autres provinces	21,1 %	19 751
☒ Part relative de touristes des États-Unis	4,2 %	4 557
☒ Part relative de touristes des autres pays	0,7 %	932
☐ Indice d'attractivité (visiteurs présents pour l'événement)	%	-
☐ Nombre de nuitées (nuitées générées par l'événement)	-	
☐ Nombre d'entrées* (visites ou spectacles)	-	
☒ Nombre de participants* (personnes différentes)	-	50 601

* Les nombres d'entrées et de participants ne sont pas des indicateurs de résultat, mais des données régulièrement utilisées par les promoteurs d'événement.

Exigences méthodologiques et administratives

La firme de sondage retenue pour cette étude est : Eventcorp Services, Inc.

Un superviseur est présent sur le site ☒

Le rapport d'étude démontre que la firme retenue a :

- ☒ l'expertise et l'expérience pour réaliser ce mandat
- ☒ certifié les résultats présentés dans le rapport

La méthode d'évaluation pour mesurer l'achalandage est :

- ☒ un décompte (ex. billetterie, compteurs mécaniques)
- ☐ un sondage auprès de la population locale
- ☐ autre : _____

La taille de l'échantillon est conforme à la norme suivante :

- ☒ plus grande que 1 000 répondants pour l'estimation de la provenance des clientèles n : 1 358
- ☐ plus grande que 600 répondants pour l'estimation de l'achalandage au moyen d'un sondage auprès de la population locale n : _____
- ☒ plus grande que 400 répondants pour la mesure de l'indice d'attractivité n : 796
- ☐ le(s) cas échéant(s), le rapport explique pourquoi la taille de l'échantillon est inférieure à la norme

Le calcul de l'indice d'attractivité est conforme aux exigences du MTO ☒

Le rapport contient les items suivants :

- ☒ un résumé de la méthodologie
- ☒ des précisions sur le niveau d'expertise et d'expérience de la firme de sondage
- ☐ des précisions sur le statut des interviewers
 - ☐ professionnel
 - ☐ bénévole
 - ☐ professionnel et bénévole
- ☐ des précisions sur l'encadrement des interviewers bénévoles
- ☐ des précisions sur l'expertise des ressources qui ont encadré les interviewers
- ☐ des garanties sur l'exclusivité de service des interviewers durant les périodes de collecte
- ☒ une description du plan d'échantillonnage et une présentation des hypothèses
- ☒ un plan détaillé des sites ainsi que l'information sur le nombre et les types de site
- ☒ une copie du questionnaire conforme aux exigences du MTO

Événement : 2024 Presidents Cup

Date : Septembre 26-29, 2024



PRESIDENTS CUP™



PARTENAIRES MONDIAUX

bonjour
Montréal

RETOUR SUR L'ÉVÉNEMENT

FAITS SAILLANTS



PRESIDENTS CUP™

SURVOL 2024

Le plus grand tournoi international de l'histoire de la Coupe des Présidents

SUR LE SITE

85 000+
BILLETS



120
sites d'accueil



41 000

pièds carrés d'espace pour la vente de marchandises

6 sections de gradins

215 navettes



24 711 articles vendus, y compris **7 734** chapeaux



1 476 bénévoles

MÉDIAS INTERNATIONAUX

8,7 M de téléspectateurs
+86 % par rapport à 2023



41 partenaires de diffusion sur **76+** plateformes

25+ médias internationaux et locaux sur place

5 diffuseurs internationaux sur place

Audience moyenne au Canada **2X** plus grande que l'an dernier

Hausse de **+27 %** de la couverture médiatique canadienne par rapport à 2023



Le total des minutes d'écoute au Canada a augmenté de **142 %** par rapport à 2023

Diffusé dans plus de **200** pays dans **30** langues

SOCIAL/NUMÉRIQUE

Augmentation de **17,6 %** des abonnés sur l'ensemble des plateformes

6,8 % d'augmentation de l'engagement sur toutes les plateformes



22,1 M d'impressions, augmentation de **+19,6 %**

49 M de visionnements vidéo, une augmentation de **+9,391 %**

2 M+ de visites uniques sur le site Web



4,75 M de pages vues

MÉDIAS É.-U. /NBC/GOLF CHANNEL

21,2 M
téléspectateurs



72
minutes d'écoute en moyenne



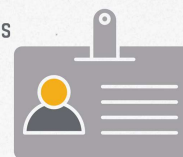
28 M
heures totales de visionnement



Un total de **57** heures de couverture médiatique combinée

COMMUNICATION ET RP

85
médias et organisations accrédités



300+
membres des médias représentant 8 pays



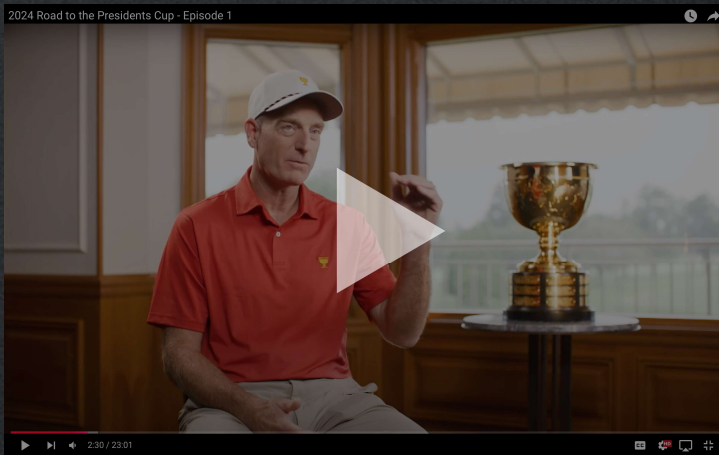
6,8 K
articles imprimés/Web

1,76 K
reportages télé/radio



MENTIONS DE MONTRÉAL

Émission Road to the Presidents Cup,
premier épisode:



Broadcast vignettes

- **Diffusion à l'international:** les images fournies ont été diffusées deux fois par jour pour un total de 8 vignettes.
- **Golf Channel et NBC** ont utilisé les images fournies dans leurs panneaux d'affichage chaque jour (2 chaque jour du jeudi au samedi ; 1 le dimanche) ainsi que quelques images génériques rapides de la ville dans la diffusion du trophée chaque jour.



MESSAGES PUBLICITAIRES TÉLÉVISÉS DES PARTENAIRES



62 annonces

Valeur approximative : 188 500 CAD



484 annonces



2023:

28 annonces GOLF Channel

2024:

273 annonces GOLF Channel

(inclut les rediffusions)

12 annonces sur NBC

15 annonces sur CBS

Valeur approximative : 2 554 400 USD

PUBLICITÉ

Le logo Bonjour Montréal a été intégré à tous les éléments de marketing et de publicité de 2024, y compris la promotion du lancement des billets, la publicité hors marché (villes situées dans un rayon de 6 heures de Montréal) et le marketing local.

bonjour
Montréal

HÔTE OFFICIEL



Promotion par courrier électronique : la Coupe des Présidents a annoncé la tenue du Village des partisans le 13 septembre et a intégré des informations sur les activités à faire à Montréal.

- Courriel envoyé à 84 779 abonnés à la Coupe des Présidents
- Taux d'ouverture de 47%



La Coupe des Présidents fête son retour à Montréal et accueillera le Village des partisans à Place Ville Marie! Cet événement aura lieu du jeudi 26 septembre au dimanche 29 septembre et la participation est gratuite. Arrêtez-vous et célébrez la Coupe des Présidents 2024 sous L'Anneau!

EN SAVOIR PLUS

The Presidents Cup will celebrate its return to Montreal and host the Fan Village at Place Ville Marie! This event will be held Thursday, September 26 through Sunday, September 29 and is free to attend. Stop by and join the celebration of the 2024 Presidents Cup under The Ring!

LEARN MORE



DÉCOUVREZ MONTRÉAL

Après avoir célébré au Village des partisans de la Coupe des Présidents 2024 à la Place Ville Marie, remplissez votre itinéraire des « incontournables » de Montréal. De l'ascension du Mont-Royal, à la marche dans les rues pavées du Vieux-Montréal, vous serez captivé par tout ce que la ville a à offrir.

EN SAVOIR PLUS

PROMOTION DE BONJOUR MONTRÉAL SUR LE SITE DE L'ÉVÉNEMENT

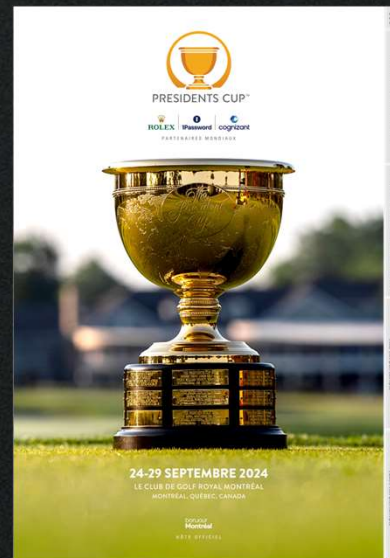
Le logo Bonjour Montréal a été apposé sur les panneaux des 18 trous, ainsi que sur les panneaux de l'entrée principale, sur le plan du parcours et sur les écrans DEL rotatifs.

bonjour
Montréal

HÔTE OFFICIEL



Le logo Bonjour Montréal a également été intégré au guide numérique des spectateurs, disponible en balayant les codes QR sur le site, partagé dans les courriels du tournoi et placé sur le site Web de la Coupe des Présidents. Inclusions dans le guide du spectateur : placement du logo sur la couverture avant, reconnaissance dans la lettre de bienvenue du commissaire du PGA TOUR et reconnaissance pleine page.



VILLAGE DES PARTISANS

La Coupe des Présidents était fière d'offrir un Village des partisans au centre-ville de Montréal du jeudi au dimanche de la semaine du tournoi. Ce village a permis aux gens d'affaires, aux résidents et aux touristes de vivre une expérience visuelle unique. Le Village des partisans du centre-ville proposait des écrans géants pour regarder la couverture de la Coupe des Présidents, des tables de pique-nique et des endroits pour s'asseoir, des jeux interactifs et bien plus encore.

Cet événement de quatre jours était gratuit pour le public et proposait de la cuisine locale, des prestations musicales et des soirées de visionnement de la Coupe des Présidents, qui se déroulaient sur l'Esplanade PVM de la Place Ville Marie.

Partenaires: adidas, Birkenstock, Rogers, BPM Sports



RELATIONS PUBLIQUES

Positionnement de la marque Bonjour Montréal

Dans tous les événements majeurs de relations publiques:

- Conférences de presse des Capitaines Mike Weir et Jim Furyk
- La série Leaders internationaux est réalisée par la Chambre de commerce du Montréal métropolitain (Mike Weir, Jim Furyk, Ryan Hart)
- Annonce des assistants du Capitaine de l'équipe internationale
- Annonce des assistants du Capitaine de l'équipe des États-Unis
- Annonce des choix du Capitaine de l'équipe internationale
- Annonce des choix du Capitaine de l'équipe des États-Unis
- Salle d'entrevues de la Coupe des Présidents
 - Plus de 10 conférences de presse au cours du tournoi diffusées sur Golf Channel, TSN, RDS et d'autres chaînes télévisées
- Journée des médias

Mentions de Bonjour Montréal: (Gouvernements provincial et fédéral, Ville de Montréal, Tourisme Montréal)

- Visite du Capitaine
- La série Leaders internationaux est réalisée par la Chambre de commerce du Montréal métropolitain
- Événement pour les membres du Club de golf Royal Montréal
- Choix du Capitaine de l'équipe internationale
- Journée des médias
- Cérémonie d'ouverture (diffusion en direct sur NBC)
- Cérémonie de clôture
- Commentaires par Michel Lacroix et Jay Monahan
- Opportunité de photo à l'anneau de la PVM pour l'annonce du Village des partisans
 - L'annonce a été faite de manière officielle à l'Anneau situé à la PVM en présence de représentants du gouvernement et du tournoi, dont Ryan Hart, directeur général de la Coupe des Présidents, Caroline Proulx, ministre du Tourisme du Québec, Annie Koutrakis, secrétaire parlementaire du ministre fédéral du Tourisme, Vicki Grondin, conseillère municipale de Ville-Marie, et Mylène Gagnon, vice-présidente de Tourisme Montréal.



NUMÉRIQUE



4 publications
sur X



Vidéo de la visite
du Capitaine



Banque d'images de la
visite du Capitaine



Village des
Partisans



Mise en vente
des billets



2 publications
sur Facebook



Village
des partisans



Vidéo de la visite
du Capitaine



Banque d'images de la
visite du Capitaine



2 publications
sur Instagram



Photos de
l'équipe



Village des
partisans

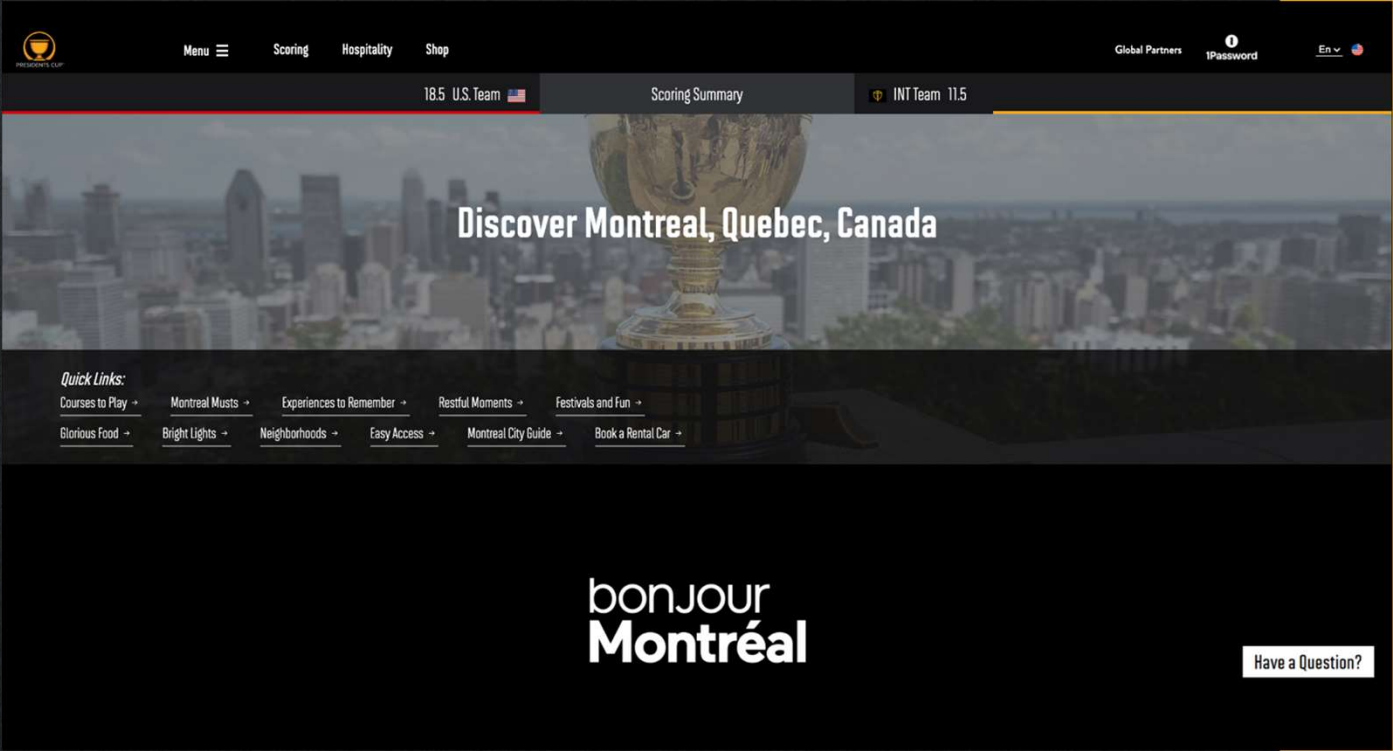


Vidéo de la visite
du Capitaine



Baque d'images de
la visite du Capitaine

SITE WEB





PRESIDENTS CUP™



PARTENAIRES MONDIAUX

MERCI



PRESIDENTS CUP™

SURVOL 2024

Le plus grand tournoi international de l'histoire de la Coupe des Présidents

SUR LE SITE

85 000+

BILLETS



120

sites d'accueil



41 000

pièds carrés d'espace pour la vente de marchandises

6 sections de gradins

215 navettes



24 711 articles vendus, y compris 7 734 chapeaux

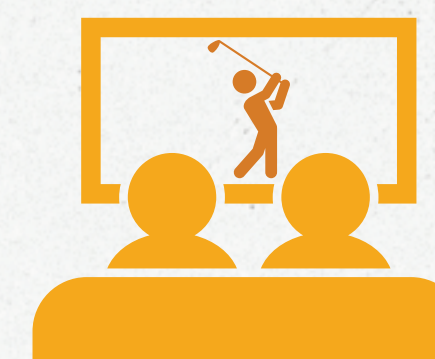


1 476 bénévoles

MÉDIAS É.-U. /NBC/GOLF CHANNEL

21,2 M

télespectateurs



72

minutes d'écoute en moyenne



28 M

heures totales de visionnement



Un total de 57 heures de couverture médiatique combinée

MÉDIAS INTERNATIONAUX

8,7 M de télespectateurs
+86 % par rapport à 2023



Hausse de +27 % de la couverture médiatique canadienne par rapport à 2023

41 partenaires de diffusion sur 76+ plateformes

25+ médias internationaux et locaux sur place

5 diffuseurs internationaux sur place

Audience moyenne au Canada 2X plus grande que l'an dernier



Le total des minutes d'écoute au Canada a augmenté de 142 % par rapport à 2023

Diffusé dans plus de 200 pays dans 30 langues

SOCIAL/NUMÉRIQUE

Augmentation de 17,6 % des abonnés sur l'ensemble des plateformes

6,8 % d'augmentation de l'engagement sur toutes les plateformes



22,1 M d'impressions, augmentation de +19,6 %

49 M de visionnements vidéo, une augmentation de +9,391 %

2 M+

de visites uniques sur le site Web



4,75 M

de pages vues

COMMUNICATION ET RP

85

médias et organisations accrédités



6,8 K

articles imprimés/web

1,76 K

reportages télé/radio



300+

membres des médias représentant 8 pays



Media Highlights – PRESIDENTS CUP 2024

Faits saillants couverture médias – 2024



Media Highlights – PRESIDENTS CUP 2024- Overview

6.8k

Print / web
articles



1.7k

Broadcast
reports



8.35k

Total
mentions



3.6
billions
Reach

Sentiment



45 %



53 %



2 %

**300+ International media
members**

**Total influencers
reach 1.3 million**



PRESIDENTS CUP™

Media Highlights – PRESIDENTS CUP 2024 - Detailed

	June 1 – Dec. 31, 2022		Jan. 1 – Dec. 31, 2023		Jan. 1 – Sep. 30, 2024		TOTAL
Total mentions	1.34 K		1.34 K		5.67 K		8.35 K
Print / web articles	1.2 K		1.14 K		4.24 K		6.58 K
Broadcast reports	140		200		1.42 K		1.76 K
Sentiment	Positive	709/53 %	Positive	631/48.7 %	Positive	1.97K/34.8 %	45 %
	Neutral	627/46.9 %	Neutral	686/51.3 %	Neutral	3.58K/63.2 %	53 %
	Negative	0	Negative	0	Negative	113/2 %	2 %
Reach	396 M		636 M		2.6 B		3.6 billions



Faits saillants couverture médias – 2024

6,8 k

Articles
imprimés/
web



1,7 k

Rapport de
diffusion



8,35 k

Mentions
totales



3,6

milliards
portée

Sentiment



45 %



53 %



2 %

**300+ membres des médias
internationaux**

Portée influenceurs:
1,3 millions



PRESIDENTS CUP™

Faits saillants – Coupe des Présidents 2024 - Details

	Jun 1 – Déc. 31, 2022	Jan. 1 – Déc. 31, 2023	Jan. 1 – Sep. 30, 2024	TOTAL
Total mentions	1,34 K	1,34 K	5,67 K	8,35 K
Imprimés/ web	1,2 K	1,14 K	4,24 K	6,58 K
Rapport diffusions	140	200	1,42 K	1,76 K
Sentiment	Positif 709/53%	Positif 631/48,7 %	Positif 1,97K/34,8 %	45 %
	Neutre 627/46.9%	Neutre 686/51,3 %	Neutre 3,58K/63,2 %	53 %
	Négatif 0	Négatif 0	Négatif 113/2 %	2 %
Portée	396 M	636 M	2,6 MM	3,6 MM

