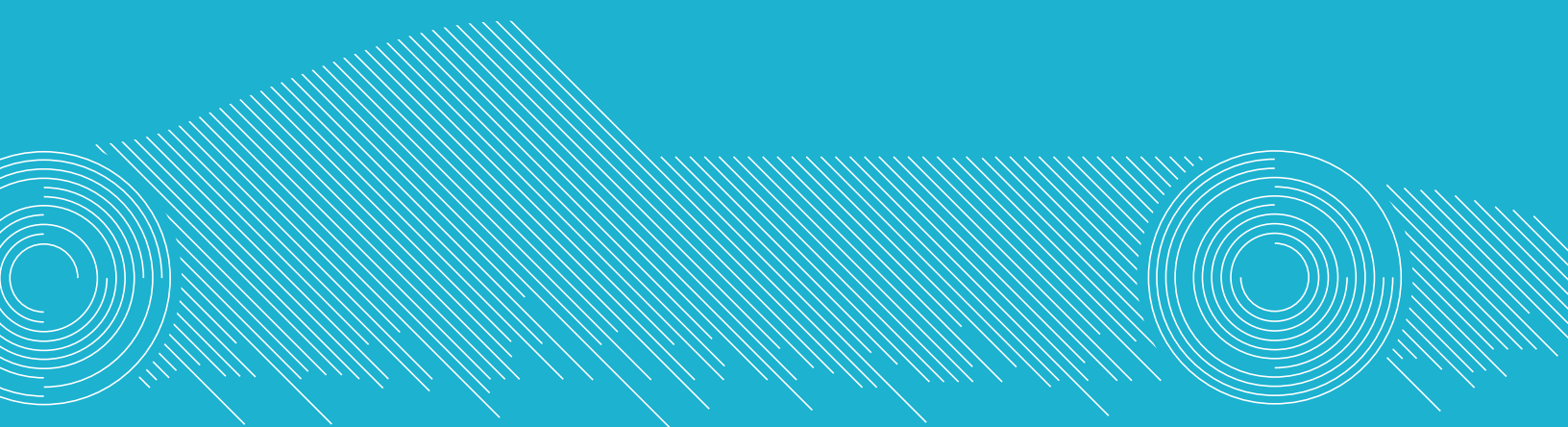


2015

MESURE DE

L'IMPACT ÉCONOMIQUE

DU GRAND PRIX DU CANADA 2015



RAPPORT PRÉSENTÉ À :





1. REMERCIEMENTS

Ce rapport a été rendu possible grâce à la collaboration du ministère du Tourisme du Québec, de Tourisme Montréal, de la Ville de Montréal et du Groupe de course Octane. Les conseils et la collaboration des membres du comité de gestion composé de personnes venant de chacune de ces entités ont facilité l'encadrement méthodologique des travaux, le suivi et l'achèvement de la présente étude.

Production : Rémy Gauthier (GLS Réseaux)
Rédaction : Michel Desmeules (Trait de génie)
Économiste : Gilles Joubert
Étude : Ad hoc recherche

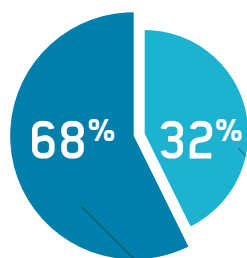
TABLE DES MATIÈRES

1.	REMERCIEMENTS.....	2
2.	CHIFFRES CLÉS DU GRAND PRIX DU CANADA	4
3.	INTRODUCTION.....	5
	3.1 Contexte et rappels.....	5
	3.2 Mandat et objectifs.....	5
4.	MÉTHODOLOGIE.....	7
	4.1 Provenance des données.....	7
	4.2 Mesure de l'impact économique.....	10
5.	ACHALANDAGE ET PROVENANCE DES PARTICIPANTS.....	11
	5.1 Attractivité du Grand Prix du Canada.....	12
6.	ESTIMATION DES DÉPENSES.....	13
	6.1 Total des dépenses colligées.....	13
	6.2 Validation des dépenses et double comptabilisation.....	14
	6.3 Total des dépenses admissibles et retenues.....	14
7.	IMPACT ÉCONOMIQUE.....	15
	7.1 Retombées économiques totalement centrées.....	16
8.	GLOSSAIRE.....	17

2. CHIFFRES CLÉS DU GRAND PRIX DU CANADA

L'édition 2015 du Grand Prix du Canada s'est tenue du 5 au 7 juin. Elle a attiré 93 273 spectateurs, lesquels ont effectué 244 374 entrées sur le site du Grand Prix.

La répartition des spectateurs se décline selon leur lieu de résidence :



De personnes habitant dans la région de Montréal, dans un rayon de 40 km du circuit Gilles-Villeneuve;

De personnes venant de l'extérieur de Montréal, soit :

- 7 % d'excursionnistes;
- 9 % de touristes du Québec;
- 52 % de touristes hors Québec.

À ces spectateurs, il faut ajouter le personnel des 61 écuries et plus de 1 000 personnes qui ont agi à titre de bénévoles, officiels et représentants des médias.

L'ensemble des dépenses, colligées dans l'étude pour le Grand Prix du Canada, totalise **90 M\$**. Elles proviennent des visiteurs de l'extérieur de la région de Montréal et du promoteur, le Groupe de course Octane. Après avoir éliminé la double comptabilisation et les visiteurs qui ne se sont pas déplacés dans la région de Montréal pour le Grand Prix du Canada, ces dépenses passent à **66 M\$**.

Pour le calcul de l'impact économique, l'approche préconisée par le ministère du Tourisme et ses partenaires gouvernementaux retient, en plus des dépenses du promoteur, uniquement les dépenses des visiteurs qui sont venus dans la région de Montréal **surtout** pour le Grand Prix du Canada. Ainsi, le total de ces dépenses s'établit à **61 M\$**. Elles permettent d'estimer que l'événement a généré des retombées économiques de **42,4 M\$** (valeur ajoutée au prix du marché).

L'événement a également permis de :

- créer ou maintenir 640 emplois;
- générer des revenus fiscaux de 5,7 M\$ pour le gouvernement du Québec et de 2,4 M\$ pour le gouvernement fédéral.

Il est à noter que plus de 85 % des retombées économiques et fiscales ont été générées par les visiteurs venant de l'extérieur du Québec.

Chiffres clés

61 M\$
Dépenses retenues

42,4 M\$
Valeur ajoutée à l'économie du Québec

8,1 M\$
Revenus fiscaux des gouvernements

93 273
Nombre de spectateurs

52%
Touristes venant de l'extérieur du Québec

1 000 \$
Dépenses moyennes des spectateurs de l'extérieur de Montréal venus à Montréal surtout pour le Grand Prix du Canada

640
Emplois créés ou maintenus par l'événement

3. INTRODUCTION

3.1 CONTEXTE ET RAPPELS

Le Grand Prix du Canada fait partie des courses sanctionnées pour le Championnat du monde de Formule 1. Il est couru annuellement à Montréal depuis 1978¹, sur le circuit Gilles-Villeneuve situé sur l'île Notre-Dame. En 2015, 244 374 entrées sur le site ont été enregistrées pour les trois journées de la compétition.

Si l'on considère seulement l'aspect médiatique ainsi que la diffusion d'images de Montréal à l'étranger, la visibilité atteint 310 millions de téléspectateurs dans 150 pays, uniquement pour le jour de la course².

Depuis 2010, le promoteur du Grand Prix du Canada est le Groupe de course Octane, entreprise canadienne établie à Montréal, qui détient les droits de commercialisation de la Formule 1 en vertu d'une entente conclue avec Formula One Administration Limited et Formula One World Championship Limited.

En 2014, les gouvernements du Canada et du Québec, la Ville de Montréal et Tourisme Montréal ont annoncé la conclusion d'une entente de principe qui assurera la tenue du Grand Prix du Canada de Formule 1 à Montréal jusqu'en 2024.

Il est généralement admis que les retombées économiques liées à la présentation du Grand Prix du Canada sont positives, tant pour la Ville de Montréal et son industrie touristique que pour le gouvernement du Québec et le gouvernement fédéral.

Toutefois, un débat subsiste quant à l'ampleur de ces retombées. Il est donc opportun d'évaluer de façon précise les retombées économiques du Grand Prix du Canada, considéré par plusieurs comme l'événement touristique le plus important au Québec, voire au Canada.

3.2 MANDAT ET OBJECTIFS

Le ministère du Tourisme du Québec, Tourisme Montréal, la Ville de Montréal et le Groupe de course Octane ont établi un partenariat afin de réaliser une étude rigoureuse qui permettra, à terme, d'estimer l'impact du Grand Prix du Canada sur l'activité économique du Québec.

Il a été convenu a priori que cette étude respecterait le *Guide méthodologique pour la réalisation des études de l'impact économique des grands festivals et événements*³. Ainsi, les retombées sont mesurées selon le produit intérieur brut, la charge de travail utilisée (emplois à temps complet) ainsi que les revenus pour les gouvernements fédéral et provincial.

Les objectifs poursuivis par l'étude sont les suivants :

- estimer les dépenses effectuées par les visiteurs dans la région de Montréal selon leur provenance et leur profil;
- établir la part de ces dépenses attribuable au Grand Prix du Canada;
- déterminer les dépenses d'exploitation et d'immobilisation du Groupe de course Octane associées au Grand Prix du Canada;
- calculer les retombées économiques provenant des dépenses des participants et du Groupe de course Octane.

1. À l'exception des années 1987 et 2009.

2. Éric DESROSIERS, « Plus de 150 millions des gouvernements pour garder le Grand Prix les 10 prochaines années », *Le Devoir*, 8 juin 2014. <http://www.ledevoir.com/sports/actualites-sportives/410401/l-avenir-du-grand-prix-de-f1-du-canada-est-assure-pour-les-10-prochaines-annees>.

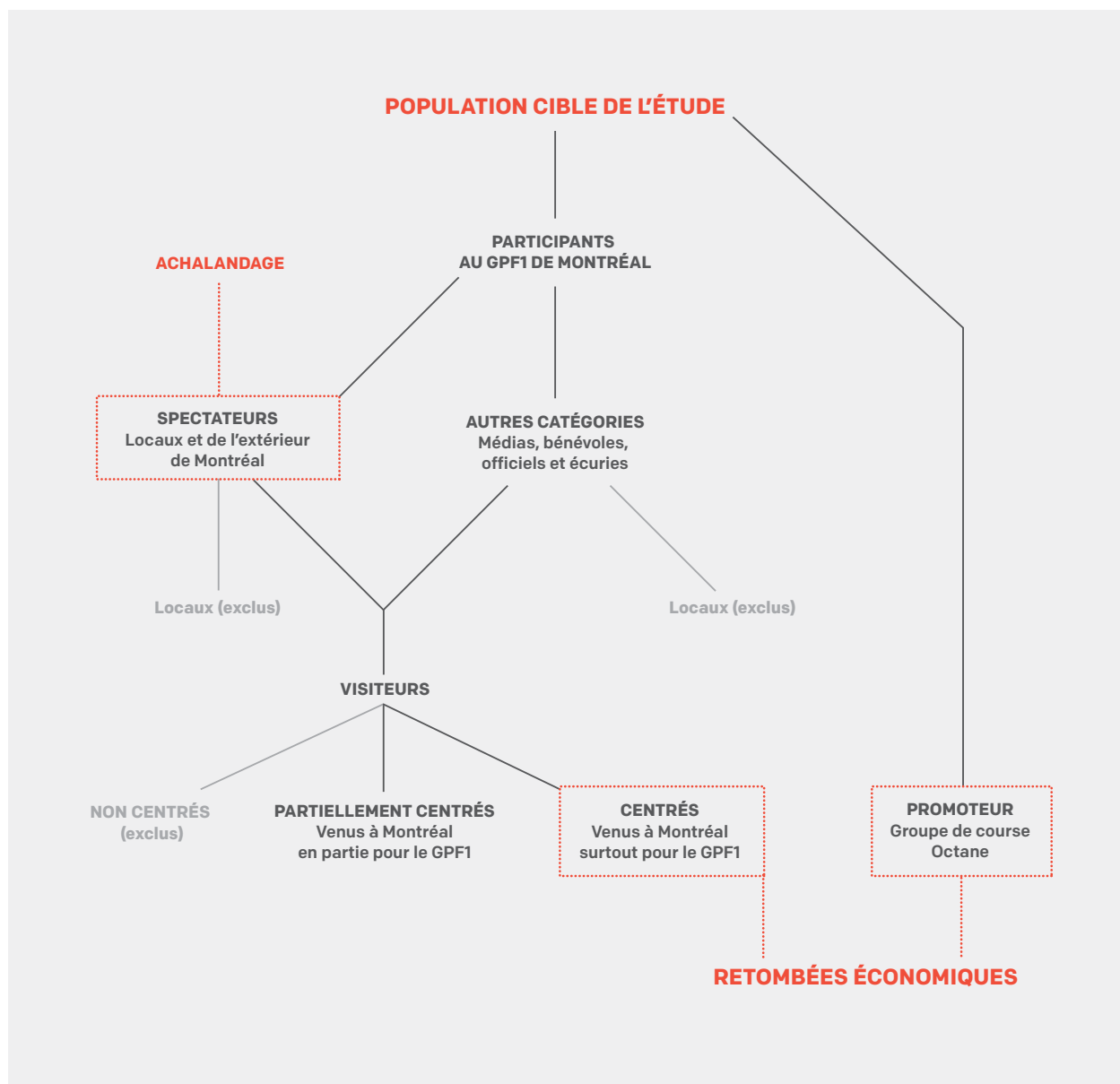
3. ZINS, BEAUCHESNE et associés, « Guide méthodologique pour la réalisation des études sur l'impact économique des grands festivals & événements », ministère du Tourisme du Québec, 2016. <http://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/media/document/autres/guide-metho-27mai2016.pdf>

L'étude se concentre uniquement sur le promoteur et les participants au Grand Prix du Canada. Les personnes et les organisations attirées à Montréal en raison de l'effervescence générée par l'événement et la présence d'activités à l'extérieur du site (p. ex. les activités sur la rue Crescent), mais qui ne se sont pas rendues au circuit Gilles-Villeneuve, sont exclues de cette étude.

Conformément aux instructions du Guide, l'étude ne prend pas en compte la couverture médiatique de l'événement, car elle ne fait pas partie des retombées économiques. Ainsi, la valeur marchande de cette couverture, bien que réelle, n'a pas été calculée. Toutefois, il est certain que la couverture médiatique du Grand Prix du Canada procure une très grande visibilité à Montréal et constitue une belle promotion pour le Québec.

Comprendre les termes

SCHÉMA 1



4. MÉTHODOLOGIE

Les données ont été colligées à la suite du mandat octroyé à Ad hoc recherche par le ministère du Tourisme du Québec, Tourisme Montréal, la Ville de Montréal et le Groupe de course Octane.

L'objectif de l'étude est de mesurer l'impact économique du Grand Prix du Canada. Dans cette optique, le calcul des dépenses des différentes populations associées à la tenue de cet événement (visiteurs et promoteur) a été réalisé.

Ce calcul a été effectué en respectant les quatre principes suivants :

- estimer l'achalandage et la provenance des participants, de façon précise et rigoureuse;
- exclure les participants locaux;
- éliminer la double comptabilisation;
- considérer l'attractivité de l'événement (mesure de centrage).

La méthodologie de cette étude est conforme aux recommandations indiquées dans le *Guide méthodologique pour la réalisation des études sur l'impact économique des grands festivals & événements*. Ce guide, reconnu par le ministère du Tourisme du Québec, a été élaboré à la demande du Réseau de connaissances stratégiques en tourisme. Il concerne les festivals et les événements dont le budget de fonctionnement est supérieur à 3 M\$.

Aux fins de cette étude, la méthodologie comporte six étapes (voir schéma 2) :

1. une validation de l'achalandage;
2. une détermination de la provenance par des sondages en face à face auprès des spectateurs;
3. une estimation des dépenses par des sondages Web auprès des visiteurs des différentes catégories de participants;
4. une analyse des revenus et dépenses du Groupe de course Octane;
5. une opération pour éliminer la double comptabilisation et tenir compte du centrage des participants;
6. des simulations du modèle intersectoriel de l'Institut de la statistique du Québec (ISQ) pour la mesure de l'impact économique.

4.1 PROVENANCE DES DONNÉES

Estimation et validation de l'achalandage

Le nombre d'entrées sur le site du Grand Prix du Canada a été calculé par le Groupe de course Octane. Ce calcul prend en considération le total des billets vendus pour les loges, les tribunes et l'admission générale, auquel s'ajoute celui provenant des visiteurs accrédités et des spectateurs du Paddock Club. Ces renseignements sur le nombre d'entrées ont été validés par Ad hoc recherche et le comité de gestion de l'étude.

Sondages en face à face auprès des spectateurs

L'objectif de ces sondages est de déterminer la provenance des spectateurs du Grand Prix du Canada et de recueillir des adresses de courriel aux fins du sondage Web. Les sondages en face à face ont été réalisés auprès des spectateurs du Grand Prix du Canada pendant les trois journées de l'événement, soit les 5, 6 et 7 juin 2015⁴. Les intervieweurs étaient répartis sur l'ensemble du site du circuit Gilles-Villeneuve de façon à ce que chaque spectateur ait une chance équivalente d'être sélectionné.

Au total, 4 925 personnes interceptées, dont 3 100 venant de l'extérieur de la région de Montréal.

4. Le questionnaire est disponible en ligne en complément du rapport.

Sondages Web auprès des visiteurs, selon les différentes catégories

1- SPECTATEURS

Un sondage Web a été effectué afin d'estimer les dépenses de cette catégorie de visiteurs au Grand Prix du Canada et l'influence de l'événement sur leur décision de venir à Montréal. Ce sondage Web s'est déroulé du 8 juin au 6 juillet 2015⁵ afin que les réponses des visiteurs soient basées sur des dépenses réelles et non sur des estimations.

La liste d'envoi des courriels a été élaborée à partir de deux sources :

- les visiteurs interceptés sur le site lors du sondage en face à face (3 100);
- les visiteurs ayant acheté leur billet auprès du Groupe de course Octane (5 155 adresses de courriel sans doublon).

Sur les 8 255 personnes sollicitées, 1 335 ont rempli le questionnaire en ligne, ce qui représente un taux de réponse de 16,2%.

Revenus et dépenses du Groupe de course Octane

Dans le cadre de cette étude, il a été possible d'avoir accès au budget d'exploitation et aux dépenses d'immobilisation du Groupe de course Octane. Cela a permis de réaliser une analyse approfondie des revenus et dépenses, de retirer la double comptabilisation et de réconcilier les dépenses de participation à l'événement ainsi que celles effectuées sur le site.

2- AUTRES CATÉGORIES

D'autres sondages Web, ayant également pour but l'estimation des dépenses des visiteurs, ont été menés. Les visiteurs suivants ont pu être joints à partir des listes fournies par le Groupe de course Octane (1 364 adresses courriels) :

- des écuries⁶ (7 écuries, sur les 54 provenant de l'extérieur de la région de Montréal, ont répondu, toutes catégories de voitures de course confondues);
- des représentants des médias (16 journalistes, sur les 302 accrédités et venant de l'extérieur de la région de Montréal, ont rempli le questionnaire);
- des bénévoles (118 bénévoles sur 728, venant de l'extérieur de la région de Montréal, ont retourné le questionnaire⁷);
- des officiels – aucun des 280 officiels n'ayant répondu au sondage, leurs dépenses ont été estimées à partir des réponses fournies dans une étude semblable produite en 2011 à la suite du Grand Prix de Melbourne, et des personnes ressources du Groupe de course Octane les ont validées⁸.

5. Les versions française et anglaise des questionnaires sont disponibles en ligne en complément du rapport.

6. Pour les écuries, le sondage a été mené par équipe, auprès d'un seul représentant.

7. Les bénévoles ont été retenus parce qu'ils paient la majorité de leurs dépenses lors de l'événement.

8. Ernst & Young, *The economic impact of the 2011 Formula 1tm Australian Grand Prix*, Tourism Victoria, 2011, 67 p.

Cadre logique de la réalisation de l'étude



4.2 MESURE DE L'IMPACT ÉCONOMIQUE

D'après la méthodologie, les participants locaux doivent être exclus de la mesure de l'impact économique. On considère que leurs dépenses pour assister au Grand Prix du Canada se substituent à d'autres activités de consommation qui auraient eu lieu au Québec, notamment dans la région de Montréal. Aux fins de la présente étude, la région de Montréal est définie par un rayon de 40 km dont le centre est le circuit Gilles-Villeneuve.

Le calcul de l'impact économique des dépenses engendrées par le Grand Prix du Canada a été réalisé en utilisant le modèle intersectoriel de l'ISQ⁹. Les résultats mettent en lumière la contribution de ces dépenses à l'économie du Québec, notamment en termes de valeur ajoutée, d'emplois et de revenus gouvernementaux. Les effets directs et indirects ont été obtenus à partir des résultats des six simulations effectuées selon le modèle intersectoriel de l'ISQ. Dans ce rapport, seul l'effet total est présenté.

L'étude d'impact économique a donné lieu aux six simulations suivantes :

1. Impact économique pour le Québec des dépenses touristiques de 515 K\$ des **excursionnistes** liées à la présentation de l'édition 2015 du Grand Prix du Canada;
2. Impact économique pour le Québec des dépenses touristiques de 2,7 M\$ des **touristes du Québec** liées à la présentation de l'édition 2015 du Grand Prix du Canada;
3. Impact économique pour le Québec des dépenses touristiques de 10,3 M\$ des **touristes des autres provinces canadiennes** liées à la présentation de l'édition 2015 du Grand Prix du Canada;
4. Impact économique pour le Québec des dépenses touristiques de 13,9 M\$ des **touristes des États-Unis** liées à la présentation de l'édition 2015 du Grand Prix du Canada;
5. Impact économique pour le Québec des dépenses touristiques de 11,8 M\$ des **touristes des autres pays** liées à la présentation de l'édition 2015 du Grand Prix du Canada;
6. Impact économique pour le Québec des dépenses d'**immobilisation** et d'**exploitation** de 21,9 M\$ liées à la présentation de l'édition 2015 du Grand Prix du Canada.

9. INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC, *Le modèle intersectoriel du Québec : fonctionnement et applications*, Québec, 2015. <http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/economie/comptes-economiques/comptes-production/modele-intersectoriel.pdf>

5. ACHALANDAGE ET PROVENANCE DES PARTICIPANTS

Sur les 244 374 entrées comptabilisées lors des trois jours du Grand Prix du Canada 2015, une moyenne de 2,62 visites par spectateur a été mesurée. Ainsi, l'évaluation du nombre de spectateurs ayant assisté à l'événement est de 93 273 personnes.

On estime que 67,7 % des spectateurs du Grand Prix du Canada (environ 63 176) venaient de l'extérieur de la région de Montréal. La majorité des spectateurs venait de l'extérieur du Québec (52 %).

Les touristes, soit les personnes dont le séjour dans la région de Montréal est de plus de 24 heures, représentent une proportion de 89,5 % des spectateurs résidant à l'extérieur de la région de Montréal.

Répartition des participants au Grand Prix du Canada selon leur provenance

TABLEAU 1

PROFIL / PROVENANCE	TOTAL	LOCAUX	EXCURSIONNISTES	TOURISTES DU QUÉBEC	TOURISTES DES AUTRES PROVINCES	TOURISTES DES ÉTATS-UNIS	TOURISTES DES AUTRES PAYS
NOMBRE DE SPECTATEURS	244 374	-	-	-	-	-	-
NOMBRE MOYEN DE VISITES EFFECTUÉES PAR LES SPECTATEURS	2,62	2,28	1,65	2,81	2,89	2,92	2,97
NOMBRE DE PARTICIPANTS	93 273	-	-	-	-	-	-
POURCENTAGE DES PARTICIPANTS	100 %	32,3 %	71 %	8,5 %	18,1 %	20,9 %	13,2 %

52 % DES VISITEURS VENANT DE L'EXTÉRIEUR DU QUÉBEC

En ce qui concerne les autres catégories de participants au Grand Prix du Canada, leur nombre et leur provenance sont détaillés au tableau 2.

Répartition des autres catégories de participants au Grand Prix du Canada selon leur provenance

TABLEAU 2

AUTRES CATÉGORIES DE PARTICIPANTS / PROVENANCE	REPRÉSENTANTS DES MÉDIAS	BÉNÉVOLES	ÉCURIES	OFFICIELS
NOMBRE DE PARTICIPANTS	400	850	61	280
POURCENTAGE DE VISITEURS	76 %	86 %	89 %	100 %

5.1 ATTRACTIVITÉ DU GRAND PRIX DU CANADA

L'étude distingue deux types de visiteurs :

- les visiteurs **totalemment centrés**, soit ceux qui se sont déplacés vers la région de Montréal surtout en raison du Grand Prix du Canada;
- les visiteurs **partiellement centrés**, soit ceux qui ont fait le voyage en partie pour assister à l'événement.

Estimation du nombre de visiteurs selon l'attractivité

TABLEAU 3

VISITEURS				
	TOTAL DES SPECTATEURS VENANT DE L'EXTÉRIEUR DE LA RÉGION DE MONTRÉAL	SPECTATEURS TOTALEMENT CENTRÉS	SPECTATEURS PARTIELLEMENT CENTRÉS	SPECTATEURS NON CENTRÉS (EXCLUS)
NOMBRE DE VISITEURS	63 176	52 688	7 897	2 591
POURCENTAGE	100 %	83,4 %	12,5 %	4,1 %

Autres catégories de visiteurs

Ces autres visiteurs (écuries, bénévoles, représentants des médias, officiels) sont tous considérés comme totalement centrés.

6. ESTIMATION DES DÉPENSES

Les dépenses effectuées par les visiteurs de même que les dépenses d'exploitation et d'immobilisation réalisées par le promoteur de l'événement ont été calculées. Les résultats présentés sont ceux retenus pour les simulations du modèle intersectoriel de l'ISQ.

Les dépenses d'exploitation et d'immobilisation proviennent des données financières fournies par le Groupe de course Octane¹⁰. De plus, l'étude a estimé celles engagées par les autres participants qui ont pris part au Grand Prix du Canada (les écuries, les représentants des médias, les bénévoles et les officiels).

6.1 TOTAL DES DÉPENSES COLLIGÉES

Au total, 90 M\$ de dépenses ont été colligées lors du Grand Prix du Canada 2015. Ce montant inclut :

- l'ensemble des dépenses des visiteurs totalement centrés;
- une partie des dépenses des visiteurs partiellement centrés (établie par les participants en fonction de l'importance du Grand Prix du Canada dans leur décision de venir à Montréal);
- les dépenses des autres participants (écuries, représentants des médias, bénévoles et officiels);
- les dépenses du Groupe de course Octane.

Répartition du total des dépenses colligées

TABLEAU 4

VISITEURS				
	SPECTATEURS TOTALEMENT CENTRÉS	SPECTATEURS PARTIELLEMENT CENTRÉS	REPRÉSENTANTS DES MÉDIAS, BÉNÉVOLES ET OFFICIELS	ÉCURIES
DÉPENSES TOTALES ESTIMÉES	53 M\$	7 M\$	1 M\$	4 M\$
NOMBRE DE VISITEURS	52 688	7 897	1 266	-
DÉPENSES MOYENNES PAR VISITEUR	1 000 \$	883 \$	836 \$	-

PROMOTEUR		
	DÉPENSES D'EXPLOITATION DU GROUPE DE COURSE OCTANE POUR L'ANNÉE 2015	DÉPENSES D'IMMOBILISATION DU GROUPE DE COURSE OCTANE POUR L'ANNÉE 2015
DÉPENSES TOTALES ESTIMÉES	25 M\$	0,2 M\$

TOTAL DES DÉPENSES COLLIGÉES
90,2 M\$

10. Ces données ont été fournies sous le sceau de la confidentialité.

6.2 VALIDATION DES DÉPENSES ET DOUBLE COMPTABILISATION

Afin de valider les données recueillies par les sondages Web, les dépenses directement associées à la participation à l'événement et celles effectuées sur le site du Grand Prix du Canada ont été comparées avec le budget du promoteur. Ce dernier tient compte de ses ventes et de celles des concessionnaires (sous-traitants qui font des ventes sur le site).

Enfin, les dépenses relatives à la participation à l'événement et les dépenses sur le site ont été remplacées par les dépenses d'exploitation transmises par le promoteur. Cette précaution évite la double comptabilisation de dépenses recensées ou estimées à la fois chez les participants et chez le promoteur. Après l'exercice d'épurement, les dépenses d'exploitation et d'immobilisation retenues passent de 25,2 M\$ à 21,9 M\$.

6.3 TOTAL DES DÉPENSES ADMISSIBLES ET RETENUES

Les dépenses admissibles, après avoir éliminé les doubles comptes, sont de 66 M\$ en incluant les dépenses des visiteurs affirmant s'être déplacés dans la région de Montréal en partie en raison du Grand Prix du Canada. Elles se chiffrent à 61 M\$ en retenant uniquement les visiteurs qui se sont déplacés dans la région de Montréal surtout pour le Grand Prix du Canada. Ces dernières se veulent les dépenses retenues pour le calcul des retombées économiques.

Total des dépenses admissibles et retenues

TABLEAU 5

GRAND PRIX DU CANADA 2015	
TOTAL DES DÉPENSES ADMISSIBLES (En éliminant les doubles comptes)	66 M\$ DÉPENSES DU PROMOTEUR ET DES VISITEURS TOALEMENT ET PARTIELLEMENT CENTRÉS
TOTAL DES DÉPENSES RETENUES	61 M\$ DÉPENSES DU PROMOTEUR ET DES VISITEURS TOALEMENT CENTRÉS

La ventilation de ces données démontre que trois postes de dépenses justifient 83 % des dépenses des visiteurs, à savoir l'hébergement commercial, la participation à l'événement et les dépenses sur le site ainsi que la restauration. Cette proportion varie selon le profil et la

provenance des visiteurs. L'hébergement compte pour 46 % des dépenses totales des visiteurs internationaux contre 33 % pour les visiteurs venant des États-Unis et 32 % pour ceux du reste du Canada. Les touristes du Québec ont consacré 24 % de leurs dépenses à l'hébergement.

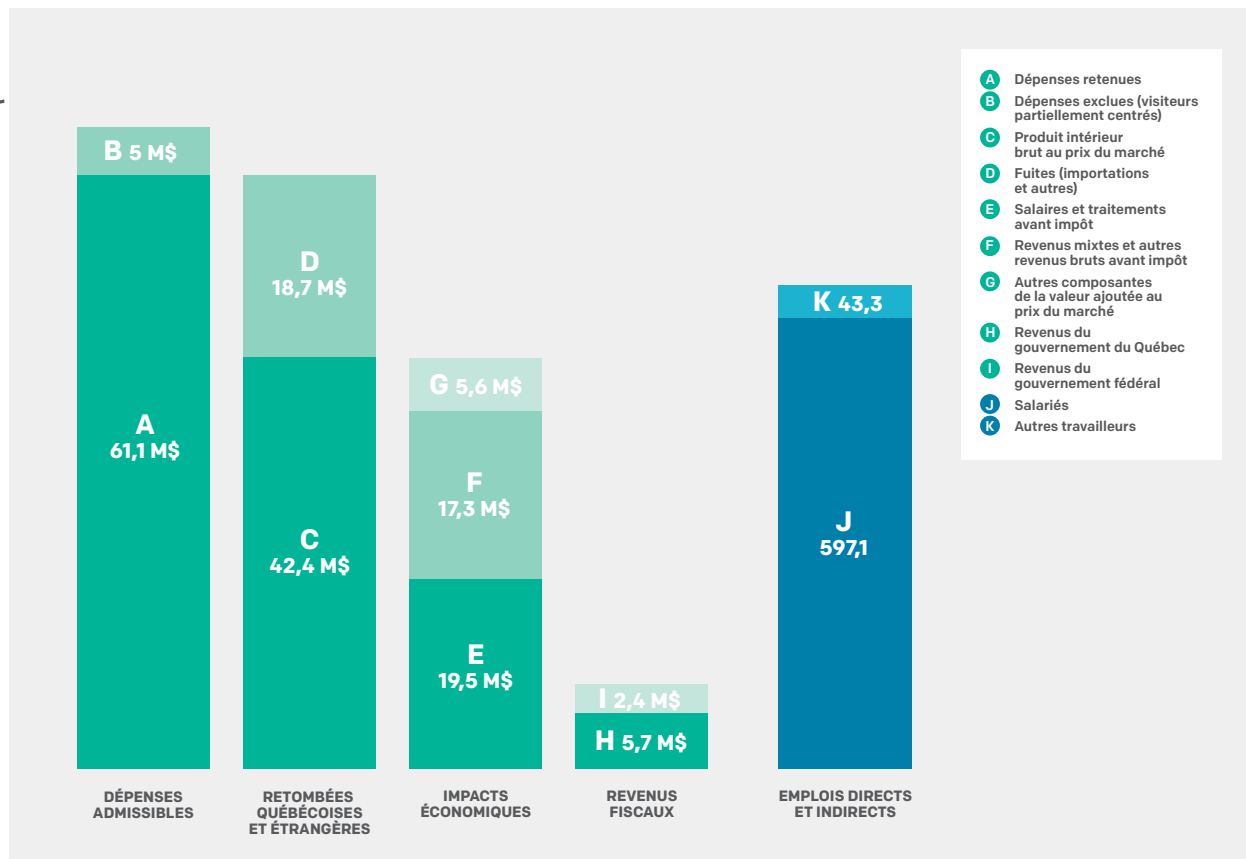
7. IMPACT ÉCONOMIQUE

Cette section présente l'information relative à l'impact économique du Grand Prix du Canada sur l'économie du Québec. On y trouve les résultats des simulations effectuées à partir du modèle intersectoriel de l'ISQ. Au total, six simulations ont été réalisées dont cinq selon l'origine

des participants et une pour les dépenses d'exploitation et d'immobilisation du Groupe de course Octane. La démarche d'estimation des retombées économiques est illustrée dans le schéma suivant.

Impact économique du Grand Prix du Canada

GRAPHIQUE 1



7.1 RETOMBÉES ÉCONOMIQUES TOTALEMENT CENTRÉES

Les dépenses liées à la tenue du Grand Prix du Canada contribuent à créer de la richesse au Québec et à soutenir des emplois. Le graphique qui précède présente les retombées économiques totales des dépenses effectuées dans le cadre de l'événement. Les dépenses retenues des agents économiques engagés dans le Grand Prix du Canada totalisent 61 M\$ en 2015. Une part importante de ces dépenses est investie dans l'achat de biens et de

services importés. Le montant de ces importations s'élève à près de 20 M\$. Le tableau 6 présente la contribution de ces dépenses au PIB du Québec. La valeur ajoutée, ou contribution finale de cette dépense à l'économie du Québec, est de 42,4 M\$. La tenue du Grand Prix du Canada représente une charge de travail équivalant à 640 emplois au Québec en comptant les emplois chez les fournisseurs.

Le tableau 6 démontre que les gouvernements perçoivent des revenus issus de ces dépenses sous forme d'impôts sur les salaires, de taxes de vente et de taxes spécifiques. À cet égard, les revenus du gouvernement du Québec sont de l'ordre de 5,7 M\$ et les revenus du gouvernement fédéral sont d'environ 2,4 M\$.

**Revenus gouvernementaux provenant
du Grand Prix du Canada 2015**

TABLEAU 6

	EFFET TOTAL (en dollars)
REVENU DU GOUVERNEMENT DU QUÉBEC	5,66 M\$
IMPÔTS SUR LES SALAIRES ET TRAITEMENTS	1,19 M\$
TAXE DE VENTE (TVQ)	2,84 M\$
TAXES SPÉCIFIQUES	1,63 M\$
REVENU DU GOUVERNEMENT DU CANADA	2,39 M\$
IMPÔTS SUR LES SALAIRES ET TRAITEMENTS	0,67 M\$
TAXE DE VENTE (TPS)	1,51 M\$
TAXES SPÉCIFIQUES	0,21 M\$

8. GLOSSAIRE

Agent économique : toute personne ou organisation jouant un rôle dans l'impact économique du Grand Prix du Canada, que ce soit un participant ou le promoteur de l'événement.

Attractivité (niveau de centrage) : influence de l'événement sur la présence du visiteur dans la localité. Les visiteurs peuvent ainsi être non centrés si l'événement n'a joué aucun rôle dans leur déplacement dans la localité; ils sont totalement centrés s'ils se sont déplacés surtout pour y assister. Enfin, la pratique a ajouté, au cours de la dernière décennie, une modulation de cette influence en incluant les visiteurs partiellement centrés, soit ceux qui sont venus dans la localité en partie pour participer à l'événement.

Effet direct : choc des dépenses dans le secteur directement touché, dans ce cas-ci le secteur touristique.

Effet indirect : retombées de l'événement chez les fournisseurs du secteur touristique (premiers fournisseurs et autres fournisseurs).

Emploi ou main-d'œuvre : charge de travail utilisée par les différents secteurs de l'économie du Québec. L'unité de mesure employée par le modèle pour la main-d'œuvre est l'année-personne, définie par le nombre d'heures normalement travaillées par une personne pendant un an dans le secteur concerné.

Excursionniste : personne ayant réalisé un voyage à au moins 40 km de son domicile, dont le séjour a duré moins de 24 heures, sans nuitée.

Participant : toute personne ou organisation ayant participé au Grand Prix du Canada, que ce soit à titre de spectateur, d'écurie, de représentant d'un média, de bénévole ou d'officiel. Les participants locaux sont inclus dans les participants.

Participant (autres catégories) : toute personne ou organisation qui ont joué un rôle actif dans le déroulement du Grand Prix du Canada. Ces catégories regroupent des représentants des médias (journalistes et photographes), des bénévoles, des officiels et des écuries.

Promoteur : organisation responsable de la tenue de l'événement. Il s'agit ici du Groupe de course Octane, soit la société qui détient les droits de présenter le Grand Prix du Canada.

Région de Montréal : aux fins de l'étude, la région est établie selon un rayon de 40 km dont le centre est le site du Grand Prix du Canada.

Local : personne ayant participé au Grand Prix du Canada et résidant dans la région de Montréal.

Revenus des gouvernements : revenus provenant des sources suivantes : l'impôt sur les salaires et traitements, les taxes de vente, les taxes spécifiques et les taxes d'accise. Le modèle intersectoriel ne calcule pas l'impôt sur les profits ni la taxe foncière.

Spectateur : toute personne qui a assisté au GPF1 sur le site de l'événement.

Touriste : personne ayant réalisé un voyage à au moins 40 km de son domicile, dont le séjour a duré plus de 24 heures (une nuit ou plus) et qui a utilisé de l'hébergement commercial ou privé.

Valeur ajoutée au prix du marché : mesure de la valeur de la production intérieure brute de l'économie du Québec. Elle est obtenue en faisant la somme des rémunérations des facteurs de production, soit : salaires et traitements avant impôts, revenu mixte brut et autres revenus bruts avant impôts. On additionne les taxes indirectes et on soustrait les subventions de ces montants.

Visiteur : personne ayant participé au Grand Prix du Canada et résidant à l'extérieur de la région de Montréal.

Visiteur partiellement centré : visiteur déclarant être venu dans la région de Montréal en partie en raison du Grand Prix du Canada.

Visiteur totalement centré : visiteur déclarant être venu dans la région de Montréal surtout en raison du Grand Prix du Canada.