

# RÉSUMÉ TECHNIQUE

Mesure de l'impact économique du Formula 1 Grand Prix du Canada – Édition 2019

Le site principal de la course est le circuit Gilles-Villeneuve, sur l'île Notre-Dame, à Montréal. La course s'est tenue du 7 au 9 juin 2019 et pour la première fois avec le nouvel Espace Paddock. Les rues Peel et Crescent, au centre-ville de Montréal, sont des lieux où des activités en lien avec l'événement ont été tenues.

## MÉTHODOLOGIE

Un sondage en face à face a été réalisé du 6 au 9 juin 2019 sur les sites de l'île Notre-Dame, de la rue Peel et de la rue Crescent. Les personnes considérées non centrées sur l'événement, donc qui n'étaient pas à Montréal pour le Grand Prix de Formule 1, sont écartées du calcul des retombées économiques. Les visiteurs sondés qui étaient totalement centrés, qui constituent l'échantillon de l'étude, représentaient 61% des personnes sur l'île Notre-Dame, 21% sur la rue Peel et 22% sur la rue Crescent. Les personnes centrées sur les rues Peel et Crescent qui ont également fréquenté le site de l'île Notre-Dame ont été écartées afin de ne pas être comptées en double. Un sondage web a été effectué auprès des personnes provenant de l'extérieur de la région de Montréal (au-delà d'un rayon de 40 km de l'événement) du 12 juin au 15 août 2019. Ces personnes proviennent du sondage en face à face et des détenteurs de billets pour l'événement.

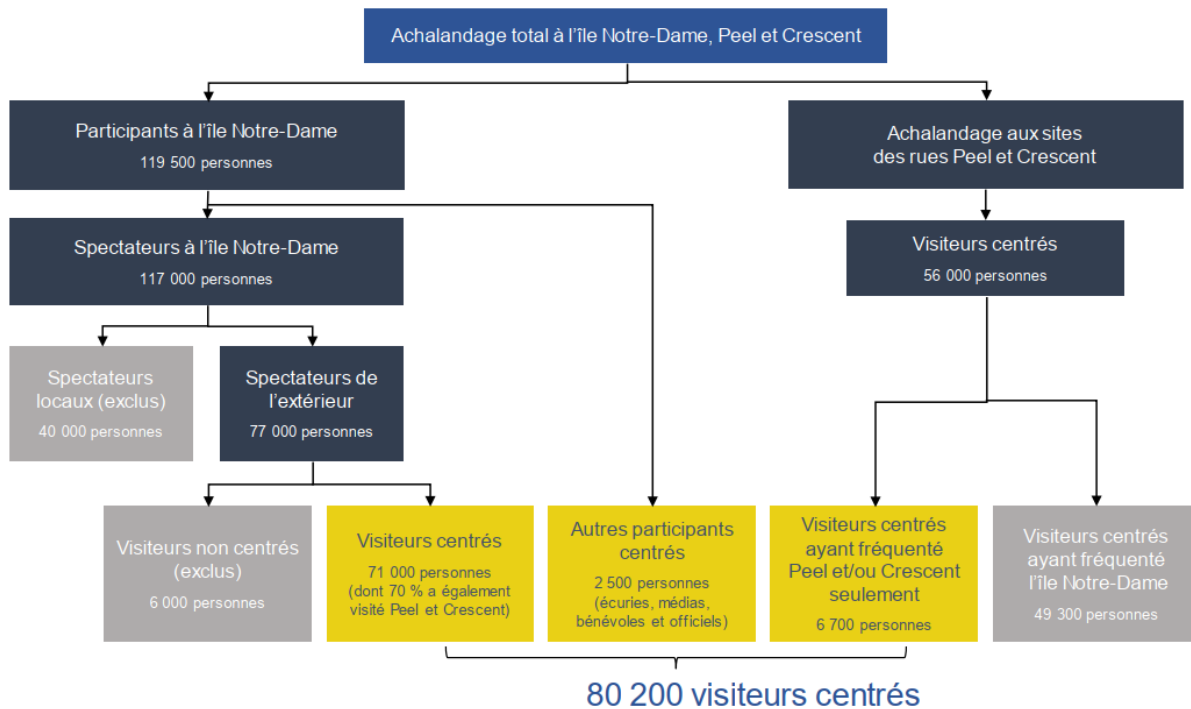
- Sondage en face à face : 5220 personnes, dont 1293 ont fourni une adresse courriel pour le sondage web
- Sondages web : 6587 personnes sollicitées, dont 2052 ont rempli le questionnaire (31%)

Les dépenses admissibles viennent de l'estimation des dépenses déclarées par les participants lors du sondage web, donc des personnes provenant de l'extérieur de la région de Montréal. Les écuries ont été sollicitées pour fournir leurs dépenses et dix d'entre elles ont acquiescé, représentant 165 personnes pour un taux de réponse de 16%. Pour les dépenses des représentants des médias, les officiels et les bénévoles, puisque le taux de réponse n'était pas suffisant, les dépenses de ces groupes ont été estimées par les dépenses mesurées par l'étude de l'édition de 2011 du Grand Prix de Melbourne<sup>1</sup> ajusté à un taux d'inflation de 1,2% par année.

La méthodologie est conforme à ce qui est prescrit pour une étude de ce genre par le Ministère du Tourisme du Québec<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Ernst & Young, *The economic impact of the 2011 Formula 1 Australian Grand Prix*, Tourism Victoria, 2011, 67 p.

<sup>2</sup> Ministère du Tourisme du Québec (2016). *Guide méthodologique pour la réalisation des études sur l'impact économique des grands festivals et événements*.

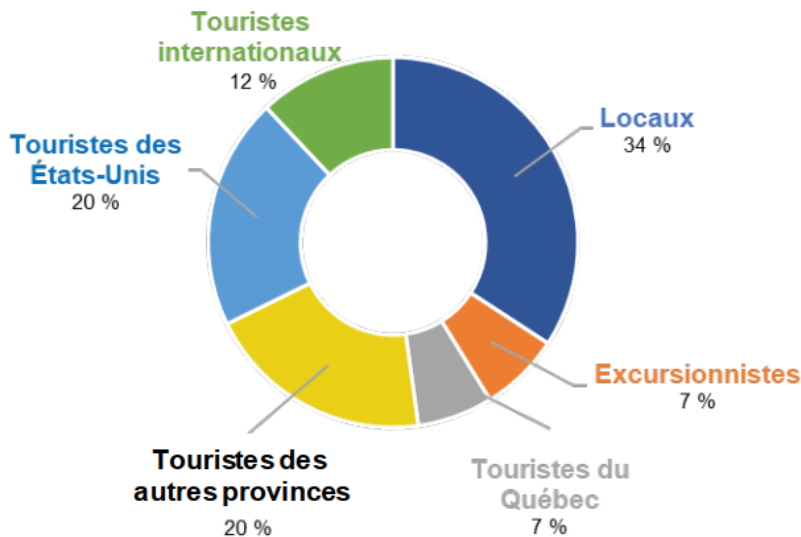


## SPECTATEURS ET VISITEURS

- Il y a eu un total de 290 540 entrées enregistrées sur le site lors des trois jours avec une moyenne de visite de 2,48 fois, pour un total de 117 000 spectateurs uniques.
- 92 % des spectateurs interrogés qui venaient de l'extérieur étaient totalement centrés, c'est-à-dire qu'ils se sont déplacés vers la région de Montréal en raison du Grand Prix du Canada. Ceci représente 71 000 spectateurs totalement centrés.
- Les autres participants centrés à l'île Notre-Dame que sont le personnel des écuries (1030 personnes), les représentants des médias (316 personnes), les bénévoles (430 personnes) et les officiels de la course (730 personnes), totalisent environ 2 500 personnes
- Il y a 6700 visiteurs centrés sur les rues Peel et Crescent qui n'ont pas visité l'île Notre-Dame, ce qui porte le nombre total de visiteurs centrés venant de l'extérieur de la région de Montréal à 80 200 personnes.

## PROVENANCE DES SPECTATEURS :

Répartition des répondants au sondage en face à face selon la provenance



## DÉPENSES DES VISITEURS TOTALEMENT CENTRÉS

- Les dépenses totales des spectateurs et visiteurs totalement centrés s'élevaient à 81,3 M\$. Les dépenses moyennes par personne se chiffraient à 926 \$ pour l'ensemble du séjour.
- La portion la plus importante des dépenses totales est liée à celles des spectateurs et autres participants à l'île Notre-Dame qui ont généré des dépenses de 70,6 M\$. Le promoteur de la course, le Groupe de course Octane, a de son côté dépensé 4,7 M\$. Les visiteurs ayant fréquenté les sites des rues Peel et Sainte-Catherine ont quant à eux dépensé 6 M\$. Le total des dépenses admissibles est donc de 81,3 M\$.

## RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

- Les dépenses admissibles sont à la base du calcul des retombées économiques (valeur ajoutée à l'économie du Québec) liées à la tenue de l'événement en utilisant le modèle intersectoriel du Québec de l'Institut de la statistique du Québec.
  - L'impact sur le produit intérieur brut (PIB) du Québec se chiffre à 63,2 M\$.
  - Un total de 890 emplois ont été créés ou maintenus directement par l'événement.
  - L'événement a généré 16 M\$ en revenus fiscaux pour les gouvernements (11,7 M\$ pour le gouvernement du Québec et 4,3 M\$ pour le gouvernement du Canada).

## ÉLÉMENTS COMPLÉMENTAIRES

En plus de l'étude de retombées économiques, Tourisme Montréal et le Groupe de course Octane ont aussi fait réaliser une étude de l'impact médiatique en 2017<sup>3</sup> et en 2019 pour bien comprendre les retombées globales de l'événement. Voici les faits saillants de ces études :

- Entre le 1<sup>er</sup> et le 16 juin 2017, 1307 retombées de presse mentionnent Montréal par plus de 150 médias provenant de 25 pays
- Le gain de réputation est d'une valeur estimée à 3,8 M\$ dans les quotidiens, 3 M\$ sur internet et 1,3 M\$ à la radio
- La valeur de la télédiffusion dans 150 pays est évaluée à 24 M\$ avec plus de 88,9 M de téléspectateurs
- Étude de l'impact médiatique (2019) commandée par Tourisme Montréal et le Groupe de course Octane
  - Entre le 1<sup>er</sup> et le 15 juin 2019, 1234 retombées de presse mentionnent Montréal
  - Le gain de réputation de Montréal dans les médias est d'une valeur estimée à 8,4 M\$
  - La valeur de la télédiffusion dans 150 pays pour Montréal est évaluée à 30,6 M\$ avec environ 96 M de téléspectateurs

### Autres éléments complémentaires sur le Grand Prix du Canada

- L'édition 2019 était la 50<sup>e</sup> édition du Grand Prix du Canada et 38<sup>e</sup> édition pour Montréal. Le premier Grand Prix du Canada a été tenu en 1967. La première édition pour Montréal a été tenue en 1978. Il y a eu un Grand Prix du Canada chaque année, à l'exception de 1975, 1987 et 2009.
- Un total d'environ 5 500 employés œuvrent sur le site durant la semaine du Grand Prix.

---

<sup>3</sup> Tourisme Montréal (2018). *Formula 1 Grand Prix du Canada : un rayonnement médiatique international majeur pour Montréal*. Repéré à : <https://www.newswire.ca/fr/news-releases/formula-1-grand-prix-du-canada--un-rayonnement-mediatique-international-majeur-pour-montreal-684176961.html>.