

# Tourisme sportif 101

*Canadian Sport Tourism Alliance*



*Alliance canadienne du tourisme sportif*

Présenté par : Denis Paquet, membre du conseil d'administration

# Le tourisme sportif

## Une définition



Toute activité au cours de laquelle des gens sont **attirés à un endroit particulier** à titre de participants à un événement sportif, de spectateurs à un événement, ou pour **assister** à des attractions sportives ou **participer** à des rencontres d'affaires liées au sport.

# Pourquoi le tourisme sportif?

- Stimuler la **prospérité** économique, touristique, culturelle et sociale;
- Soutenir des objectifs de **développement du sport** à tous les niveaux;
- Mettre en évidence une **marque de commerce** et une **image positive** des collectivités à l'intention des médias, de la communauté d'affaires et des visiteurs;
- Fournir des possibilités de **visibilité** accrue pour une destination touristique;
- Développer un **capital communautaire** irremplaçable, **renouer avec l'accueil** de manifestations et laisser des **héritages durables** pour l'avenir.

# Quelques faits en bref

- Le tourisme sportif est une initiative de **développement économique** issue de la base et impliquant les **partenaires** municipaux, sportifs et touristiques.
- Quelque **200 000 manifestations sportives** se déroulent annuellement au Canada.
- Statistique Canada (2010) estime que le tourisme sportif au Canada représente un chiffre d'affaires annuel évalué à **3,6 milliards de \$** et est un secteur **en croissance**.

# Valeur du tourisme sportif

	Canada	États-Unis	International	TOTAL
2008	2,2 G\$	286 M\$	741 M\$	<b>3,3 G\$</b>
2010	2,6 G\$	283 M\$	660 M\$	<b>3,6 G\$</b>
Change	+16,6 %	-1,0 %	-10,9 %	<b>+8,8 %</b>

# Tourisme sportif

## SPORT

- Développement des **athlètes**
- Développement des **entraîneurs**
- Développement des **officiels**
- **Compétitions**

## TOURISME

- Développement **économique**
- Développement des **infrastructures**
- **Visibilité** accrue et profil de destination pour la collectivité

# Partenaires locaux



- Organismes de **marketing** de destination
- **Agences de développement** économique
- **Services municipaux** des loisirs et des parcs
- **Conseils, comités ou commissions** des sports
- **Collèges et universités**
- **Chambres de commerce**
- **Clubs de services**
- **Hôtellerie et restauration**
- **Entreprises privées**
- **Médias**

# Niveau fédéral

- La **Politique fédérale** d'accueil a été approuvée en avril 2008 – budget annuel de **15 millions de \$**
  - soutien à 60 événements en 2008-09
  - soutien à 58 événements en 2009-10
  - soutien à 55 événements en 2010-11
- **500 millions de \$** : fonds consacré aux infrastructures de sport et loisir
- **100 millions de \$** : festivals et événements sportifs majeurs
- **40 millions de \$** : marketing du tourisme autour de 2010

# Niveau provincial

- La politique provinciale d'accueil (MELS) a un budget annuel de **4 millions de \$**
- D'autres ministères peuvent également contribuer au financement d'événements sportifs

# Ressources

*Alliance canadienne du tourisme sportif*



## GABARIT DE PLANIFICATION DU TOURISME SPORTIF

- Gabarit de planification **étape par étape** par la collectivité
- Variété de **feuilles de travail** pour le processus de planification
- Identifie les **forces et les faiblesses** de la collectivité
- Aide à élaborer une **stratégie de tourisme sportif** local et un plan d'action

*Alliance canadienne du tourisme sportif*



*Canadian Sport Tourism Alliance*

# Ressources (suite)

*Alliance canadienne du tourisme sportif*



- Instrument **d'appariement de produits**
- Contient les profils d'une **variété de manifestations** sportives
- Énumère les **événements sportifs ouverts** au dépôt d'une candidature
- Fait la promotion d'une **sélection stratégique** d'événements sportifs

*Alliance canadienne du tourisme sportif*

*Canadian Sport Tourism Alliance*

# Ressources (suite)

*Alliance canadienne du tourisme sportif*



## GABARIT DE

## PLAN D'AFFAIRES

- **Planification** complète, **outil de gestion** de l'événement et d'évaluation des **risques**
- Basé sur des **processus** et des **principes de planification** solides
- Inclut un **formulaire budgétaire** détaillé adaptable à des événements de toute taille

*Alliance canadienne du tourisme sportif*



*Canadian Sport Tourism Alliance*

# Ressources (suite)

*Alliance canadienne du tourisme sportif*



## GABARIT DE CANDIDATURE

- Contient tous les éléments pour élaborer un **dossier de candidature gagnant**
- Liste de **vérification complète** dans un format de gabarit
- Composante de **pratiques d'excellence**
- Lancement officiel à la **mi-juillet**

*Alliance canadienne du tourisme sportif*



*Canadian Sport Tourism Alliance*

# Ressources (suite)

*Alliance canadienne du tourisme sportif*



*Alliance canadienne du tourisme sportif*



*Alliance canadienne du tourisme sportif*



*Alliance canadienne du tourisme sportif*

*Canadian Sport Tourism Alliance*

# Ressources (suite)

*Alliance canadienne du tourisme sportif*



MODÈLE D'ÉVALUATION  
ÉCONOMIQUE DU TOURISME SPORTIF

- Lancé en **2002**
- Développé **en partenariat** avec la CCT, ACBVC et Sport Canada
- **Prévoit l'impact économique** d'un événement sportif sur une communauté
- **1<sup>er</sup> outil du genre** basé sur le Web
- Contient les **profils de dépenses** provenant des données les plus récentes de Statistique Canada et de la recherche primaire

*Alliance canadienne du tourisme sportif*

*Canadian Sport Tourism Alliance*

# Ressources (suite)

*Alliance canadienne du tourisme sportif*



- Outil d'analyse **postévénement** utilisant les intrants de données primaires
- **Questionnaire** sur mesure pour votre événement sur logiciel Techneos Entryware Pro
- Quantité d'**ordinateurs de poche** Palm pour effectuer les enquêtes
- Manuel de **recherche sur le terrain**
- Module de formation des enquêteurs

*Alliance canadienne du tourisme sportif*

*Canadian Sport Tourism Alliance*

# Congrès



- **Tenue annuellement** en avril
- **355 délégués** en 2012
- **Rencontres d'affaires**
- **Formation et éducation**
- **Réseautage**
- **Pratiques d'excellence**
- **8 au 10 avril 2013** à Ottawa

# LE TOURISME SPORTIF :

« L'initiative de développement économique à partir de la base qui **enregistre la croissance la plus rapide** au Canada aujourd'hui. »



*Canadian Sport Tourism Alliance*



*Alliance canadienne du tourisme sportif*

**[www.CanadianSportTourism.com](http://www.CanadianSportTourism.com)**





# **MEETS**

## **Modèle d'évaluation économique du tourisme sportif**

**par Michel Boisvert Ph.D.**

Économiste, spécialiste de science régionale  
et d'économie urbaine

Collaborateur de DIOBRI, responsable de la diffusion  
et de l'aide aux usagers pour le modèle MEETS



# Plan de la présentation

- Le modèle MEETS: les grandes lignes
- Intrants: les données requises
- Extrants: les résultats obtenus
- + MEETS

# Les grandes lignes

- L'un des objectifs de l'ACTS est de mieux mettre en valeur les bénéfices économiques associés à la tenue d'événements sportifs
- On a constaté que dans les outils existants il y avait de nombreuses sources d'erreur liées à la mesure de l'impact économique :
  - Le nombre de visiteurs n'était pas estimé avec rigueur
  - Les dépenses des visiteurs étaient mal connues
  - Les multiplicateurs économiques utilisés ne s'appuyaient pas sur les informations les plus récentes et les plus complètes disponibles

# Les grandes lignes

- La mise au point du modèle MEETS a permis de contrôler deux de ces trois sources d'erreurs :
  - Les multiplicateurs sont estimés de façon cohérente dans tout le Canada
  - La structure des dépenses des visiteurs et des participants est détaillée et varie avec l'âge des personnes, le lieu de l'événement, etc.
- Les utilisateurs de MEETS s'assurent que la troisième source d'erreur, les estimés du nombre de participants, de visiteurs et de représentants des médias, est mieux contrôlée.

# Les grandes lignes



# Intrants : les données requises

Pour utiliser MEETS, il vaut mieux disposer du maximum d'information concernant l'événement

Nombre de visiteurs  
et de participants

- Il est nécessaire de faire une projection du nombre de visiteurs et de participants, en identifiant clairement la proportion venant de l'extérieur

Dépenses  
d'exploitation

- Il faut disposer d'un estimé des dépenses au comptant, réparties par type de dépenses

Dépenses en  
immobilisations

- Coûts totaux projetés de toutes les immobilisations, y compris les rénovations majeures, dues à l'événement, peu importe qui en assumera les frais

# Intrants : les données requises

## Étude de cas - Championnat de basketball masculin U14 du Québec, à Sherbrooke en 2012

- Dans l'utilisation de MEETS, tous les chiffres font référence à des visiteurs de l'extérieur de la ville. Sur un total de 117 équipes inscrites, 113 sont de l'extérieur de la ville
- On suppose qu'il y a en moyenne 13 joueurs et 2 entraîneurs / soigneurs / gérants, par équipe
- Nombre de participants de l'extérieur :  $113 \times 15 = 1695$

# Intrants : les données requises

## Étude de cas - Championnat de basketball masculin U14 du Québec, à Sherbrooke en 2012 (SUITE)

- On suppose qu'il y a en moyenne 1,5 membres de la famille qui accompagnent chaque joueur et que les autres spectateurs, y inclus les représentants des média, sont tous des résidents (afin de générer un estimé d'impact conservateur)
- Nombre de spectateurs de l'extérieur:  $1\ 695 \times 1,5 = 2542$

# Intrants : les données requises

http://wss.cboc.nucleus.com/ - Conference Board of Canada - steam quf - Windows Internet Explorer

← Back Refresh Print Preview Download... Workbook: Project Demo Options Logout Help

Alliance canadienne du tourisme sportif  
**MEETS**  
MODELE D'ÉVALUATION  
ÉCONOMIQUE DU TOURISME SPORTIF

Feuilles des intrants

- [Accueil](#)
- [Général](#)
- [Intrants Participants](#)
- [Intrants Spectateurs](#)
- [Intrants Médias/Dignitaires](#)
- [Intrants Immobilisations](#)
- [Intrants Exploitation](#)

Feuilles des produits (Sommaire)

- [Produits Visiteurs](#)
- [Produits Immobilisations](#)
- [Produits Exploitation](#)
- [Total des produits](#)

Feuilles des produits (Complet)

- [Produits Visiteurs](#)
- [Produits Immobilisations](#)
- [Produits Exploitation](#)
- [Total des produits](#)

  
Québec

**MEETS Québec - Général**

Description du projet	U14 Boys Basketball
Année de la manifestation	2012
Portée de l'événement	Provincial
Ville de la manifestation	Sherbrooke

*Alliance canadienne du tourisme sportif*



**MEETS**

**MODÈLE D'ÉVALUATION  
ÉCONOMIQUE DU TOURISME SPORTIF**

Nombre de  
visiteurs et de  
participants

# Intrants : les données requises

Les nombres de visiteurs et de participants attendus peuvent être tirés d'un certain nombre de sources :

- Historique d'assistance à des événements similaires ailleurs au Canada, voire à l'étranger;
- Historique d'assistance à d'autres événements sportifs dans la communauté hôte;
- Plan de marketing spécifique à l'événement;
- Capacité d'accueil des installations qui seront utilisées et capacité d'hébergement de la région hôte.

# Intrants : les données requises

## Les participants

http://wss.cboc.nucleus.com/ - Conference Board of Canada - steam quf - Windows Internet Explorer

← Back Refresh Print Preview Download... Workbook: Project Demo Options Logout

Alliance canadienne du tourisme sportif

# MEETS

MODELE D'ÉVALUATION ÉCONOMIQUE DU TOURISME SPORTIF

Feuilles des intrants

- [Accueil](#)
- [Général](#)
- [Intrants Participants](#)
- [Intrants Spectateurs](#)
- [Intrants Médias/Digitaires](#)
- [Intrants Immobilisations](#)
- [Intrants Exploitation](#)

Feuilles des produits (Sommaire)

- [Produits Visiteurs](#)
- [Produits Immobilisations](#)
- [Produits Exploitation](#)
- [Total des produits](#)

Feuilles des produits (Complet)

- [Produits Visiteurs](#)
- [Produits Immobilisations](#)
- [Produits Exploitation](#)
- [Total des produits](#)



Québec

### MEETS Québec - Participants

Nombre de participants uniques provenant de l'extérieur de la ville:	1 695
Entrer le pourcentage de participants de l'extérieur de la ville qui vont passer au moins une nuit sur place	95
Entrer le pourcentage de participants qui vont passer au moins une nuit sur place et dont l'origine est (0-100):	
Domestique	100
E. U.	0
Autre - International	0
<i>Total (doit totaliser 100)</i>	100
Parmi les participants domestiques qui passent au moins une nuit sur place, entrer le pourcentage provenant de:	
Entre 80 et 319 km du lieu de la manifestation	50
320 km ou plus, mais de la même province	50
320 km ou plus, mais d'une autre province	0
<i>Total (doit totaliser 100)</i>	100
Entrer le nombre total de jours que le participant moyen passera dans la collectivité :	2.0
Entrer le groupe d'âge des participants (0-100):	
0 à 19 ans	90
20 à 44	5
45 et plus	5
<i>Total (doit totaliser 100)</i>	100
Parmi les participants qui sont âgés de moins de 19 ans, entrer le pourcentage de ceux qui vont demeurer à l'hôtel	100
Participants d'un jour	
Pour les participants excursionnistes, le nombre moyen d'excursions d'un jour pour participer à la manifestation :	2.3

# Intrants : les données requises

## Les spectateurs

http://wss.cboc.nucleus.com/ - Conference Board of Canada - steam quf - Windows Internet Explorer

← Back Refresh Print Preview Download... Workbook: Project Demo Options Logout

Alliance canadienne du tourisme sportif

# MEETS

MODÈLE D'ÉVALUATION ÉCONOMIQUE DU TOURISME SPORTIF

Feuilles des intrants

- [Accueil](#)
- [Général](#)
- [Intrants Participants](#)
- [Intrants Spectateurs](#)
- [Intrants Médias/Dignitaires](#)
- [Intrants Immobilisations](#)
- [Intrants Exploitation](#)

Feuilles des produits (Sommaire)

- [Produits Visiteurs](#)
- [Produits Immobilisations](#)
- [Produits Exploitation](#)
- [Total des produits](#)

Feuilles des produits (Complet)

- [Produits Visiteurs](#)
- [Produits Immobilisations](#)
- [Produits Exploitation](#)
- [Total des produits](#)



Québec

### MEETS Québec - Spectator Input

Nombre de spectateurs uniques provenant de l'extérieur de la ville:	2.542
Entrer le pourcentage de spectateurs de l'extérieur de la ville qui vont passer au moins une nuit sur place	95
Entrer le pourcentage de participants qui vont passer au moins une nuit sur place et dont l'origine est:	
Domestique	100
E.U.	0
Autre - Internationale	0
<i>Total (doit totaliser 100)</i>	100
Parmi les spectateurs domestiques qui passent au moins une nuit sur place, entrer le pourcentage provenant de:	
Entre 80 et 319 km du lieu de la manifestation	50
320 km ou plus, mais de la même province	50
320 km ou plus, mais d'une autre province	0
<i>Total (doit totaliser 100)</i>	100
Entrer le nombre total de jours que le spectateur moyen passera dans la collectivité:	2.0
Pour chaque catégorie de spectateurs qui vont passer au moins une nuit sur place, estimer le pourcentage de ceux qui viennent dans la collectivité uniquement à cause de la manifestation (0-100)	
Au moins une nuit - Domestique	100
Au moins une nuit - E.U.	100
Au moins une nuit - International	100
Participants d'un jour	
Pour les visiteurs excursionnistes, entrer le nombre moyen d'excursions d'un jour pour assister à la manifestation	2.3

# Intrants : les données requises

## Les représentants des médias +

Conference Board of Canada - steam quf - Windows Internet Explorer  
http://wss.cboc.nucleus.com/folders/kd648397785/steam\_quf/run.html

← Back Refresh Print Preview Download... Workbook: Project Demo Options Logout

**Alliance canadienne du tourisme sportif**  
**MEETS**  
MODÈLE D'ÉVALUATION  
ÉCONOMIQUE DU TOURISME SPORTIF

Feuilles des intrants

- [Accueil](#)
- [Général](#)
- [Intrants Participants](#)
- [Intrants Spectateurs](#)
- [Intrants Médias/Dignitaires](#)
- [Intrants Immobilisations](#)
- [Intrants Exploitation](#)

Feuilles des produits (Sommaire)

- [Produits Visiteurs](#)
- [Produits Immobilisations](#)
- [Produits Exploitation](#)
- [Total des produits](#)

Feuilles des produits (Complet)

- [Produits Visiteurs](#)
- [Produits Immobilisations](#)
- [Produits Exploitation](#)
- [Total des produits](#)



Québec

### MEETS Québec - Médias/VIPs/autres dignitaires (m/v/a)

Enter the number of m/v/a individuals:

Enter the percentage of m/v/a representatives who will stay at least one night on site:

Enter the percentage of m/v/a representatives who will stay at least one night on site and whose origin is:

Domestique	<input type="text" value="8"/>
É.U.	<input type="text" value="20"/>
Autre - internationale	<input type="text" value="72"/>
<i>Total (doit totaliser 100)</i>	<i>100</i>

Among the domestic m/v/a representatives who will stay at least one night on site, enter the percentage of their origin:

Entre 80 et 319 km du lieu de la manifestation	<input type="text" value="25"/>
320 km ou plus, mais de même province	<input type="text" value="25"/>
320 km ou plus, mais d'une autre province	<input type="text" value="50"/>
<i>Total (doit totaliser)</i>	<i>100</i>

Enter the average length of stay of m/v/a who will stay on site:

Representatives of m/v/a who will travel each day

For the m/v/a representatives who will travel each day, enter the average number of day excursions to attend the event:

# Intrants : les données requises

Dans l'étude de cas, on estime que tous ces représentants viendront de la région elle-même. Ce sont donc les catégories qui nous intéressent dans le tableau ci-haut et non les nombres qui y apparaissent.

*Alliance canadienne du tourisme sportif*



# MEETS

**MODÈLE D'ÉVALUATION  
ÉCONOMIQUE DU TOURISME SPORTIF**

Dépenses en  
immobilisations

# Intrants : les données requises

- Il faut s'assurer que toutes les dépenses en immobilisations prises en compte sont strictement attribuables à la manifestation.  
Ex. : Ajout de gradins, aménagement d'un nouveau parcours de compétition hippique, agrandissement d'une piscine etc.
- Mais si ces dépenses étaient déjà programmées et ne sont que devancées afin de satisfaire les exigences de l'échéancier de l'événement, elles n'ont pas à être comptabilisées  
Ex. : Rénovation d'un pavillon, recouvrement d'une entrée asphaltée, réaménagement d'un terrain de soccer etc.

# Intrants : les données requises

## Les dépenses en immobilisations

Conference Board of Canada - steam\_quf - Windows Internet Explorer  
http://wss.cboc.nucleus.com/folders/kd648397785/steam\_quf/run.html

Alliance canadienne du tourisme sportif  
**MEETS**  
MODELE D'ÉVALUATION ÉCONOMIQUE DU TOURISME SPORTIF

Feuilles des intrants  
[Accueil](#)  
[Général](#)  
[Intrants Participants](#)  
[Intrants Spectateurs](#)  
[Intrants Médias/Dignitaires](#)  
[Intrants Immobilisations](#)  
[Intrants Exploitation](#)

Feuilles des produits (Sommaire)  
[Produits Visiteurs](#)  
[Produits Immobilisations](#)  
[Produits Exploitation](#)  
[Total des produits](#)

Feuilles des produits (Complet)  
[Produits Visiteurs](#)  
[Produits Immobilisations](#)  
[Produits Exploitation](#)  
[Total des produits](#)

  
Québec

### MEETS Québec - Intrants immobilisations

Entrer les dépenses d'immobilisations

Constructions et rénovations:	\$0
Machinerie et équipement:	\$0
Fournitures et appareils:	\$0
Équipement de transport	\$0
Autres fournitures	\$0
Autres services	\$0
<b>Total (calculé)</b>	<b>\$0</b>

Entrer le % des coûts de construction attribués à des firmes locales

	100
--	-----

1.33 sec. Ref:2-0110 Copyright Jedox GmbH 2002-2006  
Done Internet 100%

Dans l'étude de cas, on estime qu'il n'y aura pas de telles dépenses. Ce sont donc les catégories qui nous intéressent dans le tableau ci-haut et non les nombres qui y apparaissent.

*Alliance canadienne du tourisme sportif*



**MEETS**

**MODÈLE D'ÉVALUATION  
ÉCONOMIQUE DU TOURISME SPORTIF**

Dépenses  
d'exploitation

# Intrants : les données requises

## Les dépenses d'exploitation

http://wss.cboc.nucleus.com/ - Conference Board of Canada - steam quf - Windows Internet Explorer

← Back Refresh Print Preview Download... Workbook: Project Demo Options

Alliance canadienne du tourisme sportif  
**MEETS**  
MODÈLE D'ÉVALUATION  
ÉCONOMIQUE DU TOURISME SPORTIF

Feuilles des intrants

- Accueil
- Général
- Intrants Participants
- Intrants Spectateurs
- Intrants Médias/Digitaires
- Intrants Immobilisations
- Intrants Exploitation

Feuilles des produits (Sommaire)

- Produits Visiteurs
- Produits Immobilisations
- Produits Exploitation
- Total des produits

Feuilles des produits (Complet)

- Produits Visiteurs
- Produits Immobilisations
- Produits Exploitation
- Total des produits

  
Québec

### MEETS Québec - Intrants Exploitation

Entrer les dépenses d'exploitation	
Salaires, honoraires, commissions	\$14,790
Publicité	\$0
Services professionnels	\$0
Services financiers	\$0
Assurances	\$0
Loyer	\$20,000
Buanderie et nettoyage	\$0
Autres services	\$0
Communications	\$100
Énergie et autres services publics	\$0
Fournitures - salons d'invités	\$0
Fournitures de bureau	\$125
Fournitures de cuisine	\$0
Autres fournitures	\$0
Réparations	\$0
Nourriture et boissons - Comité organisateur	\$350
Nourriture et boissons - Participants	\$0
Nourriture et boissons - Médias/digitaires	\$0
Hébergement - Comité organisateur	\$500
Hébergement - Participants	\$0
Hébergement - Médias/digitaires	\$0
March. et achats au détail	\$0
Frais de voyage du personnel	\$1,480
Frais de transport et d'entreposage	\$300
<b>Entrer les taxes:</b>	
Taxes foncières	\$0
Taxes d'entreprise	\$0
TVP perçue	\$0
TPS perçue	\$0
Taxes municipales supplémentaires	\$0
<b>Total des dépenses énumérées ci-dessus (incluant toutes les taxes)</b>	<b>\$37,645</b>
Entrer les revenus totaux (doit être >= dépenses totales)	\$52,650
Surplus d'exploitation calculé	\$15,005
<b>Entrer les emplois direct (en équivalence emplois à temps plein/année)</b>	<b>0.0</b>
Les dépenses de transport ont-elle toutes été effectuées au niveau	Oui
<b>Commandites du comité organisateur (0-100)</b>	
% des participants étant commandités	0
% des médias/digitaires étant commandités	0

# Intrants : les données requises

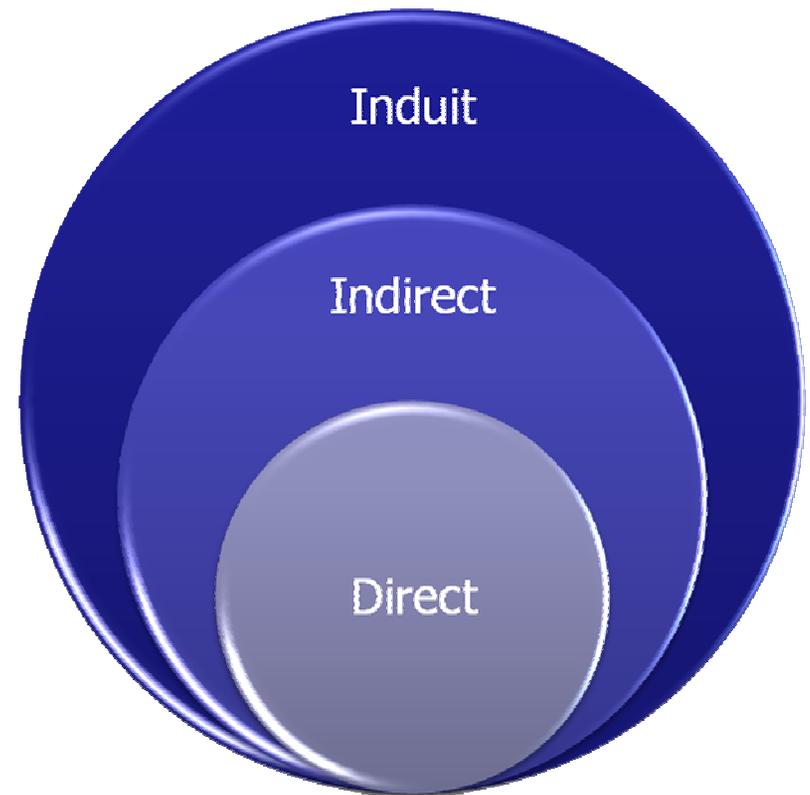
Afin d'établir les véritables bénéfices économiques de l'événement pour la ville hôte, il est nécessaire d'effectuer certains ajustements aux dépenses d'exploitation :

- Exclure les contributions en nature (biens et services);
- Exclure tous les transferts comme les droits de télévision et les droits versés à des organismes comme les fédérations sportives parce que ces montants sont versés hors de la région hôte;
- Exclure tout le transport interurbain et a fortiori international puisque les paiements sont effectués hors de la région.

# Extrants : les résultats

**MEETS propose trois types d'impact économique :**

- **Direct** : la valeur ajoutée de l'événement lui-même
- **Indirect** : les achats de biens et services auprès de fournisseurs
- **Induit** : l'activité économique entraînée par la transformation des salaires, intérêts, taxes et dividendes en dépenses par les personnes, les entreprises et les administrations publiques



# Extrants : les résultats

http://wss.cboc.nucleus.com/ - Conference Board of Canada - steam quf - Windows Internet Explorer

← Back Refresh Print Preview Download... Workbook: Project Demo Options Logout Help

Alliance canadienne du tourisme sportif



MODELE D'ÉVALUATION ÉCONOMIQUE DU TOURISME SPORTIF

Feuilles des intrants

- [Accueil](#)
- [Général](#)
- [Intrants Participants](#)
- [Intrants Spectateurs](#)
- [Intrants Médias/Dignitaires](#)
- [Intrants Immobilisations](#)
- [Intrants Exploitation](#)

Feuilles des produits (Sommaire)

- [Produits Visiteurs](#)
- [Produits Immobilisations](#)
- [Produits Exploitation](#)
- [Total des produits](#)

Feuilles des produits (Complet)

- [Produits Visiteurs](#)
- [Produits Immobilisations](#)
- [Produits Exploitation](#)
- [Total des produits](#)



Québec

Tableau #A - Sommaire de l'Impact économique - Total Québec			
(Dollars)	Total Québec	Zone Local Sherbrooke	Reste du Québec
<b>Dépense initiale</b>	\$776,910	\$776,910	\$0
<b>Produit intérieur brut</b>			
Impact direct	\$347,910	\$346,826	\$1,085
Impact indirect	\$293,811	\$98,128	\$195,683
Impact induit	\$243,994	\$99,580	\$144,413
<b>Impact total</b>	\$885,715	\$544,534	\$341,181
<b>Traitements et salaires</b>			
Impact direct	\$248,138	\$247,277	\$861
Impact indirect	\$168,217	\$77,652	\$90,566
Impact induit	\$152,721	\$62,023	\$90,697
<b>Impact total</b>	\$569,076	\$386,952	\$182,124
<b>Emploi</b>			
Impact direct	7.8	7.8	0.0
Impact indirect	3.8	1.9	1.9
Impact induit	3.9	2.5	1.5
<b>Impact total</b>	15.5	12.2	3.3
<b>Taxes - Direct</b>			
Fédéral	\$73,866	\$73,716	\$150
Provincial	\$101,063	\$100,930	\$132
Municipal	\$78,165	\$77,898	\$267
<b>Total</b>	\$253,094	\$252,545	\$549
<b>Taxes - Total</b>			
Fédéral	\$110,745	\$110,805	\$50,940
Provincial	\$136,584	\$135,509	\$50,874
Municipal	\$98,113	\$86,183	\$11,930
<b>Total</b>	\$446,241	\$332,497	\$113,744
<b>Production de l'industrie</b>			
Impact direct et indirect	\$1,318,943	\$948,530	\$370,413
Impact induit	\$529,879	\$216,237	\$313,642
<b>Impact total</b>	\$1,848,822	\$1,164,767	\$684,055

# Extrants : les résultats

- Le total combiné des dépenses des visiteurs, des dépenses d'exploitation et des coûts des immobilisations résultant de la tenue du Championnat provincial de basketball masculin U14 a été estimé 777 000 \$ dans la province de Québec (impact direct).
- L'événement a généré au total une activité économique nette (ou PIB ou impact direct + impact indirect + impact induit) estimée à 886 000 \$ au Québec (activité économique nette), dont 545 000 \$ à Sherbrooke.

# Extrants : les résultats

- Au total, 387 000 \$ ont été payés en traitements et salaires à Sherbrooke et 182 000 \$ dans le reste du Québec, soutenant ainsi, selon les estimations, 12 emplois dans la ville et 3 emplois additionnels dans d'autres régions.
- Sur les 886 000 \$ générés au Québec par cet événement sportif, le gouvernement fédéral récupérera 161 000 \$ en impôts et taxes, le gouvernement provincial 186 000 \$ et la Ville de Sherbrooke 86 000 \$.
- L'impact en valeur de la production, qui implique un double comptage, contrairement à la valeur ajoutée contenue dans le concept de PIB, est estimé à 1,8 M\$.

# Extrants : les résultats

- MEETS aide à faire valoir les impacts économiques potentiels et facilite ainsi l'arrimage avec la collectivité :
  - représentants élus
  - gens d'affaires
  - groupes communautaires
  - personnel municipal
  - gestionnaires d'installations privées
- MEETS fournit une mesure de tous les bénéfices attendus et ainsi permet de mieux composer avec les risques financiers inhérents à de tels événements.

# + MEETS



- Projection pré-événementielle
- Les intrants sont des prévisions, des estimés sommaires
- L'information disponible est généralement limitée



- Analyse post-événementielle
- Les intrants sont des compilations, des résultats de sondage, d'entretiens
- L'information complète doit être accessible à tous

## + MEETS

- Pour plus d'informations sur le modèle lui-même, consulter la documentation disponible sur le site de l'ACTS à :  
<http://canadiansporttourism.com/fr/rapports/recherche.html>
- Pour de l'aide dans l'utilisation de MEETS, communiquer avec Diobri par téléphone au 514 381-3339 ou par courriel à :  
[michel.boisvert@diobri.com](mailto:michel.boisvert@diobri.com)
- Pour utiliser MEETS-PRO, rejoindre Tony Fisher de l'ACTS à : [research@tiac.travel](mailto:research@tiac.travel)

*Alliance canadienne du tourisme sportif*



**GABARIT  
D'APPEL DE**

**CANDIDATURES**



# L'importance de mettre en place un processus d'appel de candidatures

Les risques associés à de l'information erronée lors de l'appel de candidatures peut avoir un **effet négatif profond pour la communauté.**

Cela peut non seulement causer des problèmes financiers, mais aussi affecter la **vie sociale, commerciale et politique** de la communauté.



# Un outil qui décrit toutes les exigences du processus d'appel de candidature

*Alliance canadienne du tourisme sportif*



Le gabarit pratique d'appel de candidatures pour un événement sportif est un **instrument unique** orienté vers les **résultats**

# Historique

**Basé sur des processus précédents d'appel de candidatures :**

- Jeux du Commonwealth
- Jeux de la FISU
- Championnats du monde de l'IAAF
- Jeux mondiaux des maîtres
- Jeux mondiaux des policiers et pompiers
- Jeux du Canada

# Pourquoi élaborer un processus d'appel de candidatures

- Pour assurer un processus de **sélection équitable**
- Pour choisir **la meilleure communauté** candidate
- Pour **fournir de l'information solide** sur l'événement aux communautés candidates
- Pour décrire ce que le titulaire des droits **fournira** à l'événement
- Pour s'assurer que les communautés candidates potentielles connaissent **les bénéfices et la visibilité** que procure l'événement
- Pour énumérer la liste des **obligations en ressources** humaines, matérielles et financières

# Pour quels événements?

## Le document est produit :

- Pour choisir une ville canadienne pour représenter le Canada à la mise en candidature pour un **événement majeur internationale**;
- Pour des événements de niveau **national**.

## Il peut aussi être utilisé :

- Pour des événements **provinciaux** (il est alors recommandé d'enlever au préalable les sections non pertinentes).

# Quand élaborer le document qui sera rendu disponible?

- **Au moins 4 mois\*** avant l'édition précédente
- Pour des événements annuels :  
**28 mois\*** avant l'événement

\* Selon l'importance de l'événement, un processus de mise en candidature de 3 à 7 mois doit être mis en place

# Comment l'actualiser?

**Le gabarit d'appel de candidatures est un document de travail simple et efficace**

Il vous donne une **structure avec une proposition** de texte :

1. Vous enlevez ce dont vous n'avez pas besoin pour votre événement;
2. Vous conservez le texte sous la rubrique [ÉCHANTILLON] et vous l'adaptez à votre événement;
3. Vous rédigez le texte en fonction des suggestions proposées sous la rubrique [CONTENU].

# Que contient le gabarit d'appel de candidatures?

- **Informations** sur le titulaire des droits et sur l'événement
- **Obligations**
- **Procédure d'appel** de candidatures
- **Règles** de candidature
- **Formulaire** de candidature
- **Évaluation** de la candidature (y compris une grille de pointage)

# **Structure du gabarit – principaux sujets**

- **Appui et partenariats**
- **Installations**
- **Compétition**
- **Finances** (incluant la production des revenus)
- **Communications**
- **Opération**
- **Héritage**

# Informations sur le titulaire des droits et de l'événement

- Donne un **bref aperçu** sur le titulaire des droits (mandat, membres, événements, services, site Web)
- **Décrit** l'événement sportif (type, date, catégorie, participants, programme)
- Esquisse des **activités non sportives** reliées à la manifestation (réunions, activités sociales, cérémonies, festival)
- Rend disponible un **résumé des points saillants** (statistiques, couverture, visibilité, impact, participants)

# Obligations

- Obligations de la **communauté hôte** (formulaire de candidature\*, lettres d'engagement\*, droits de candidature, etc.)
- Obligations du **titulaire des droits**

\* Signés par le Comité de candidature et par l'Institution candidate

# Règles de candidature

- **Confidentialité**
- **Principes directeurs** (honnêteté, ouverture, transparence, équité et respect)
- **Formulaire de candidature** (table des matières, édition/impression, nombre maximum de pages et d'exemplaires)
- **Communications** (par écrit seulement, coordonnées de la personne ressource, utilisation de logo)

# Procédure d'appel de candidatures

- **Invitation** du titulaire de droit à soumettre des candidatures
- Date limite de la **lettre** d'intention (+ 30 jours)
- Envoi du devis d'appel de candidatures aux communautés candidates (+ 7 jours)
- Date limite de **dépôt** de candidature (+ 40 / 140 jours)
- **Confirmation** par le titulaire des droits si les communautés hôtesse ont rempli les obligations incontournables (+ 2 jours)
- **Pointage** par le comité d'évaluation (+ 7 / 30 jours)
- **Annnonce** de la communauté hôtesse (+ 1 jour)

# Formulaire de candidature

- **Questions à répondre** selon chaque sujet dans la structure standard
- **Annexes**
  - Plan de la municipalité avec emplacement du ou des sites
  - Plan du site de compétition / site d'entraînement
  - Photo(s) du ou des sites (ex. hébergement)
  - Budget d'exploitation (selon le gabarit)
  - Formulaire d'information sur les hôtels
  - Formulaire d'information sur les sites de compétition et d'entraînement
  - Déclaration de la communauté candidate

# Évaluation de la candidature

- Avant tout, vous assignez un facteur de **pondération** à chaque sujet de la grille de pointage
- Chaque membre du comité d'évaluation **examine** chaque dossier de mise en candidature et **cote** chaque sujet individuellement (1 à 10)
- La rencontre du comité d'évaluation est suivie d'une **recommandation** au conseil d'administration

# Comment avoir accès au gabarit d'appel de candidatures

**GRATUIT** pour une fédération provinciale membre de ***SPORTSQUÉBEC*** à partir d'une demande d'adhésion sur le site de l'ACTS:

<http://canadiansporttourism.com/fr/adhesion/adhesion.html>

Le soutien technique est disponible par :

**Benoit Cyr** de Diobri

[benoit.cyr@diobri.com](mailto:benoit.cyr@diobri.com)

514 391-3339, poste 231

En collaboration avec

**Éric Savard** d'Organisports Consultants