

Arts Research Monitor

ArtsResearchMonitor.com

Recherches sur les arts

SurLesArts.com

Volume 10, no 6

December / Décembre 2011

ISSN 1708-170X

Economic impact of culture

In this issue: Four reports that examine the financial impacts of culture, including a Canadian study of cultural tourists, American reports on the performing arts and cultural industries, and an Italian study of the cultural economy.

ArtsResearchMonitor.com provides categories, quick links and easy search access to all Arts Research Monitor articles.

The Arts Research Monitor is funded by the Canada Council for the Arts and the Ontario Arts Council.



Canada Council
for the Arts

Conseil des Arts
du Canada

L'impact économique de la culture

Dans ce numéro : Quatre rapports qui traitent des impacts financiers de la culture, notamment une étude canadienne sur le tourisme culturel, deux rapports américains sur les industries culturelles et les arts de la scène, et une étude italienne sur l'économie culturelle.

[La version française du bulletin suit l'anglais.](#)

Pour un accès rapide et un outil de recherche aux différents articles des numéros actuels et antérieurs de Recherches sur les arts, visitez SurLesArts.com.

Le financement de Recherches sur les arts provient du Conseil des Arts du Canada et du Conseil des arts de l'Ontario.



ONTARIO ARTS COUNCIL
CONSEIL DES ARTS DE L'ONTARIO

The Economic Impacts of Cultural and Sport Tourism in Canada 2007

Department of Canadian Heritage and Industry Canada, March 2009

<http://www.pch.gc.ca/pc-ch/org/sectr/inter/pubs-eng.cfm>

This brief report examines the economic impact of travellers who attended cultural events, attended sporting events or participated in team sports in 2007. The data, derived from the Travel Survey of Residents of Canada and the International Travel Survey, includes all Canadian travellers as well as overnight visitors from international locations. Two key statistics are measured: gross tourism receipts and net economic impact. Cultural activities include performances, Aboriginal events, festivals, fairs, historic sites, museums and art galleries. If travellers indicated that they participated in cultural and other activities during their visit, then their overall spending was apportioned based on the number of different types of activities in which they participated.

Regarding tourism receipts, the report indicates that tourists who attended cultural activities spent a total of \$8.0 billion in 2007, while sports tourists spent \$2.1 billion, about four times less than cultural tourists. The spending of cultural tourists “represents 15% of total tourist spending included in this study (\$53.5 billion)”.

The areas where cultural tourists spent the most were on transportation (\$2.4 billion), accommodations (\$1.6 billion), and food and beverages (also \$1.6 billion). Cultural tourists spent \$721 million on recreation and entertainment in 2007, a figure that includes their expenditures on cultural activities. Examined differently, these figures show that cultural tourists spend at least \$10 on other goods and services for every \$1 that they spend on recreation and entertainment.

Spending by cultural tourists by province is shown in the following table. The data in the table also show that, on a provincial basis, cultural tourists’ spending patterns are similar to the spending of all tourists.

Canadian travellers accounted for almost two-thirds of spending by cultural tourists in 2007 (\$5.2 billion, or 65%). Overseas cultural tourists spent \$1.5 billion (18%), while American cultural tourists spent \$1.4 billion (17%) in 2007.

Cultural Tourism Receipts by Province, 2007 (with comparison to overall tourism receipts by province)			
Jurisdiction	Cultural tourism receipts (\$ millions)	Cultural tourism receipts as % of Canada	All tourism receipts as % of Canada
Canada	\$8,034	100%	100%
Ontario	\$2,963	37%	36%
Quebec	\$1,743	22%	20%
British Columbia	\$1,389	17%	18%
Alberta	\$882	11%	13%
Nova Scotia	\$288	4%	3%
Manitoba	\$190	2%	3%
Saskatchewan	\$174	2%	3%
New Brunswick	\$144	2%	2%
Newfoundland and Labrador	\$130	2%	1%
Prince Edward Island	\$68	1%	1%

Regarding net economic impact, cultural tourists generated \$5.1 billion of economic activity, over 110,000 full-time jobs, and \$419 million in government taxes (an estimate that does not include income taxes). Sports tourists generated \$1.3 billion of economic activity, over 28,000 jobs, and \$100 million in government taxes (also excluding income taxes).

The impacts on Gross Domestic Product were estimated by region, rather than for each province. In 2007, the economic impact of cultural tourists was:

- \$1.8 billion in Ontario.
- \$1.1 billion in Quebec.
- \$956 million in British Columbia.
- \$893 million in the Prairie Provinces.
- \$371 million in the Atlantic Provinces.

The report stresses that these figures should be considered “minimum impact values”, as the “very conservative model” used to estimate economic impacts excludes induced effects, which would capture the re-spending of wages earned by workers in the tourism sector. The model also excludes income taxes from the tax estimates.

Time and Money: Using Federal Data to Measure the Value of Performing Arts Activities

National Endowment for the Arts, April 2011

Research Note #102

<http://www.nea.gov/news/news11/TimeAndMoney.html>

This report examines the monetary and non-monetary value of the performing arts based on a number of different American data sources, including the U.S. Economic Census, the Bureau of Economic Analysis, and the Bureau of Labor Statistics. Among the report's key findings:

- There are nearly 8,840 performing arts organizations in the United States (with at least one person on payroll). Collectively, these organizations had annual revenues of almost \$13.6 billion and over 125,000 paid workers in 2007. These statistics include both for-profit and not-for-profit organizations.
- Americans spent \$14.5 billion on performing arts admissions in 2009, compared with spending of \$33.8 billion on books, \$20.7 billion on sports, \$10.4 billion on movie tickets, \$6 billion on admissions to museums and libraries, \$5.6 billion on musical instruments, and \$3.9 billion on photographic equipment.
- “On any given day, 1.5 million Americans attend arts performances, usually with family or friends.”

The report provides a breakdown of the revenue statistics for performing arts organizations. In 2007, for-profit performing arts companies had \$8.0 billion in revenues and nearly 54,000 paid workers. Not-for-profit organizations had \$5.6 billion in revenues and nearly 74,000 paid workers. Almost one-half of not-for-profit performing arts organizations (46%) had annual revenues below \$250,000. On average, American not-for-profit performing arts organizations earned 46% of their total revenues, generated 37% from private sources, obtained 4% from government sources, and generated 13% in other income in 2007.

The report also provides a few time-use statistics that are not related to the performing arts. For example, “about 2.6 million Americans do arts and crafts activities on any given day”. Similarly, on a given day, 557,000 people write for personal interest, and 532,000 visit a museum. In comparison, about 3.4 million Americans go to a movie and 2.7 million attend a sporting event on any given day.

Arts and the GDP: Value Added by Selected Cultural Industries

National Endowment for the Arts, July 2011

Research Note #104

<http://www.nea.gov/news/news11/Research-July.html>

Based on data from the U.S. Department of Commerce, this research note provides information about the value added to the American Gross Domestic Product (i.e.,

contribution to the economy through labor and capital, plus taxes on production) in 2009 from three key industries:

- Publishing (including software publishing) added \$147.7 billion to the American economy.
- Performing arts, sports and museums contributed \$70.9 billion.
- Motion pictures and sound recording added \$59.8 billion to the American economy.
- Combined, these three industries contributed \$278.4 billion.

While a breakdown within these groups is not possible from the 2009 data, a more detailed view is provided every five years, the most recent of which pertains to 2002 data. In 2002, the value added by sports was over two times greater than for the performing arts and about three and a half times larger than for museums.

The report indicates that, between 1987 and 2009, “the inflation-adjusted value added by the performing arts, sports, and museums nearly doubled”. The report also notes that this group of industries is prone to business cycle fluctuations, experiencing a 1.4% decrease in value added in 2008 and a 5.5% decrease in 2009.

The two other industries highlighted in the report also experienced recent decreases in value added. The value added by motion pictures and sound recording decreased by 3.5% in 2008 and 2.4% in 2009. The publishing industry experienced a 2.4% increase in 2008 and a 7.1% decrease in 2009.

The report also identifies the state-level value added and employment impacts of the performing arts and heritage organizations.

The economy of cultural heritage and landscape: A systemic and integrated vision

The European House-Ambrosetti for the “Florens 2010” Promoting Committee, 2010
<http://www.florens2010.com/en/node/27>

This study developed the “Florens Index” as a means to compare the cultural and creative sector between eight countries and between Italian regions. The index examines four key elements:

- Cultural and environmental capital, which includes cultural and environmental heritage assets, performing arts activities, visual arts activities, and the teaching of cultural knowledge. This element accounts for 40% of the index score.
- Creative industries, including advertising creation, design, architecture, fashion, wine, gastronomy, “artistic and creative craftsmanship”, and research and development (30% of the index score).
- Media, including broadcasting, books, films, digital media, music distribution, and daily newspapers (20% of the index score).

- Networking opportunities such as trade fairs, digital communications, and lifelong learning opportunities (10% of the index score).

The international comparisons are based on a measurement of 40 indicators related to these key elements in France, Germany, Greece, Italy, Japan, Spain, the United Kingdom, and the United States. The U.S. ranked first on all four key elements, generating an overall index score of 3.45. The United Kingdom ranked second (index score of 3.10), followed by France (2.91), Italy (2.62), Germany (2.56), Spain (2.28), Japan (2.20), and Greece (1.62).

The report also provides findings from a survey on culture of 4,000 Italian residents and 1,000 residents in the other countries (except Japan, where no survey was conducted). The survey probed public attitudes and behaviours regarding culture, including words commonly associated with “culture”. In Italy, France and the U.S., the word “museum” was most commonly associated with culture. In Spain and Germany, culture was associated with traditional or local customs and festivals. In the United Kingdom, culture was most commonly associated with food, wine and culinary traditions. The Italian survey also found that people between 18 and 24 years of age “associate the words ‘fashion’ and ‘design’ with the concept of culture almost three times more than the Italian average”.

In terms of factors that promote young people’s interest in culture, respondents in all countries indicated that travel and experience are most important. Friends ranked second in four countries (Germany, Spain, the U.K., and the U.S.), while family and social environment ranked second in two countries (France and Italy). School ranked third or fourth in all survey countries. In terms of the factors that discourage involvement in cultural activities, high prices ranked first in all countries. Entry lines or crowding ranked second in four countries (France, Germany, Italy, and Spain), while transportation problems ranked second in two countries (the U.K. and the U.S.).

The survey results also show that interest in cultural events in one’s own city or area of residence is high in Italy, France and Germany, medium-high in the U.K., and medium-low in Spain and the U.S.

Within Italy, the report finds that the Florens Index and regional per capita Gross Domestic Product have a positive and fairly significant correlation.

The report concludes that “the perception of the concept of culture has gradually broadened and is fairly different from country to country. For these reasons, the decision to focus on cultural tourism requires careful evaluation of the ‘real’ cultural expectations of potential tourists.”

The report provides 13 recommendations and policy directions, including “renewed attention to investments in the cultural sector as a strategic industrial policy tool”, “initiatives to support patronage”, and “greater accessibility to culture for young people”.

L'impact économique du tourisme culturel et sportif au Canada en 2007

Ministère du Patrimoine canadien et Industrie Canada, mars 2009

<http://www.pch.gc.ca/pc-ch/org/sectr/inter/pubs-fra.cfm>

Ce bref rapport traite de l'impact économique des touristes qui ont assisté à des activités culturelles ou sportives, ou participé à des sports d'équipe en 2007. Les données, tirées de l'Enquête sur les voyages des résidents du Canada et de l'Enquête sur les voyages internationaux, comprennent tous les voyageurs canadiens ainsi que les touristes provenant d'autres pays qui passent au moins une nuit au Canada. L'analyse a porté sur deux éléments importants : les recettes touristiques globales et l'impact économique net. On définit les activités culturelles comme étant les spectacles, les activités autochtones, les festivals, les foires, et les visites de sites historiques, de musées et de galeries d'art. Lorsque les touristes ont indiqué avoir assisté à d'autres activités culturelles ou d'autres types d'activités lors de leur séjour, leurs dépenses globales ont été réparties en fonction du nombre d'activités auxquelles ils ont assisté.

Au chapitre des recettes touristiques, le rapport indique qu'en 2007, les touristes qui ont participé à des activités culturelles ont dépensé un total de 8,0 milliards de dollars. Pour leur part, les touristes sportifs ont dépensé 2,1 milliards de dollars, soit environ quatre fois moins que les touristes culturels. Les dépenses totales des touristes culturels « représentent 15 % de l'ensemble des dépenses des touristes visés par cette étude (53,5 milliards). »

Les touristes culturels ont dépensé le plus pour les services suivants : transport (2,4 milliards de dollars), hébergement (1,6 milliard de dollars), et aliments et boissons (1,6 milliard de dollars). En 2007, les touristes culturels ont dépensé 721 millions de dollars en loisirs et divertissements, montant qui comprend leurs dépenses pour des activités culturelles. Si on regarde ces données sous un autre angle, elles révèlent que les touristes culturels ont dépensé au moins dix dollars en d'autres biens et services pour chaque dollar qu'ils ont dépensé en loisirs et divertissements.

Le tableau suivant présente les dépenses des touristes culturels par province. Ces données indiquent que leurs habitudes de dépenses sont semblables à celles de l'ensemble des touristes.

Les voyageurs canadiens ont effectué près des deux tiers des dépenses culturelles en 2007 (5,2 milliards de dollars, ou 65 %). Au cours de la même année, les touristes culturels d'outre-mer ont dépensé 1,5 milliard de dollars (18 %), alors que les touristes culturels américains ont dépensé 1,4 milliard de dollars (17 %).

Recettes du tourisme culturel par province, 2007 (avec des comparaisons aux recettes totales du tourisme par province)			
Juridiction	Recettes du tourisme culturel (millions de \$)	Recettes du tourisme culturel en tant que % du total canadien	Recettes totales du tourisme en tant que % du total canadien
Canada	8 034 \$	100 %	100 %
Ontario	2 963 \$	37 %	36 %
Québec	1 743 \$	22 %	20 %
Colombie-Britannique	1 389 \$	17 %	18 %
Alberta	882 \$	11 %	13 %
Nouvelle-Écosse	288 \$	4 %	3 %
Manitoba	190 \$	2 %	3 %
Saskatchewan	174 \$	2 %	3 %
Nouveau-Brunswick	144 \$	2 %	2 %
Terre-Neuve-et-Labrador	130 \$	2 %	1 %
Île-du-Prince-Édouard	68 \$	1 %	1 %

En termes d'impact économique net, les touristes culturels ont généré une activité économique de 5,1 milliards de dollars, créé plus de 110 000 emplois à temps plein et versé 419 millions de dollars en revenus de taxation (une estimation qui ne comprend pas les impôts). Les touristes sportifs ont généré une activité économique de 1,3 milliard de dollars, créé plus de 28 000 emplois et versé 100 millions de dollars en revenus de taxation (ce qui n'inclut pas les impôts).

On a évalué l'impact sur le produit intérieur brut par région plutôt que par province. En 2007, l'impact économique des touristes culturels se chiffrait à :

- 1,8 milliard de dollars en Ontario ;
- 1,1 milliard de dollars au Québec ;
- 956 millions de dollars en Colombie-Britannique ;
- 893 millions de dollars dans les provinces des Prairies ;
- 371 millions de dollars dans les provinces de l'Atlantique.

Le rapport souligne que « les résultats de l'étude sur l'impact économique présentés dans ce rapport doivent être considérés comme des valeurs minimales » puisque le « modèle très prudent » utilisé pour évaluer les impacts économiques ne détermine pas les effets induits, ce qui aurait permis de calculer les dépenses à partir des salaires des travailleurs dans le secteur du tourisme. De plus, le modèle ne tient pas compte des impôts dans le calcul des revenus de taxation.

Temps et argent : Mesurer la valeur des activités dans les arts de la scène à partir de données fédérales

(Time and Money: Using Federal Data to Measure the Value of Performing Arts Activities)

National Endowment for the Arts, avril 2011

Note de recherche n° 102

<http://www.nea.gov/news/news11/TimeAndMoney.html>

Ce rapport traite de la valeur monétaire et non monétaire des arts de la scène à partir de différentes sources de données américaines, y compris le U.S. Economic Census, le Bureau of Economic Analysis et le Bureau of Labor Statistics. Voici quelques-unes des principales conclusions de ce rapport :

- Il y a près de 8 840 organismes des arts de la scène aux États-Unis (qui ont au moins un employé rémunéré). En 2007, les revenus annuels de ces organismes s'élevaient collectivement à près de 13,6 milliards de dollars, et il y avait plus de 125 000 personnes qui y travaillaient. Ces données incluent les organismes à but lucratif et sans but lucratif.
- En 2009, les Américains ont dépensé 14,5 milliards de dollars en frais d'entrée à des spectacles des arts de la scène, comparé à 33,8 milliards de dollars en achats de livres, 20,7 milliards de dollars en frais d'entrée à des activités sportives, 10,4 milliards de dollars en billets de cinéma, 6 milliards de dollars en frais d'entrée à des musées et à des bibliothèques, 5,6 milliards de dollars en instruments de musique et 3,9 milliards de dollars en équipement de photo.
- « Chaque jour, 1,5 million d'Américains assistent à un spectacle sur scène, habituellement en compagnie de membres de leur famille ou des amis. »

Le rapport présente une ventilation des recettes des organismes des arts de la scène. En 2007, les organismes artistiques à but lucratif ont eu des revenus de 8,0 milliards de dollars et près de 54 000 employés rémunérés. Les organismes sans but lucratif ont généré des revenus de 5,6 milliards de dollars et avaient près de 74 000 employés rémunérés. Près de la moitié des organismes des arts de la scène sans but lucratif (46 %) avaient des revenus annuels inférieurs à 250 000 dollars. En 2007, les recettes gagnées constituaient en moyenne 46 % de la totalité des recettes des organismes des arts de la scène sans but lucratif américains, alors que 37 % de leurs recettes provenaient de sources privées, 4 % de sources gouvernementales et 13 % d'autres sources.

Le rapport cite également quelques données sur l'emploi du temps qui ne sont pas liées aux arts de la scène. Par exemple, environ 2,6 millions d'Américains s'adonnent à des activités d'artisanat chaque jour. De même, chaque jour, 557 000 personnes écrivent pour leur propre plaisir et 532 000 visitent un musée, alors que 3,4 millions d'Américains vont au cinéma et 2,7 millions assistent à une activité sportive.

Les arts et le PIB : La valeur ajoutée de trois industries culturelles

(Arts and the GDP: Value Added by Selected Cultural Industries)

National Endowment for the Arts, juillet 2011

Note de recherche n° 104

<http://www.nea.gov/news/news11/Research-July.html>

Ce rapport de recherche utilise des données du Department of Commerce des États-Unis pour présenter des renseignements sur la valeur ajoutée au produit intérieur brut américain (c.-à-d., l'apport à l'économie de la main-d'œuvre et du capital, plus les taxes sur la production) en 2009 de trois industries :

- L'édition (y compris l'édition de logiciels) a ajouté 147,7 milliards de dollars à l'économie américaine.
- Les arts de la scène, les sports et les musées ont contribué 70,9 milliards de dollars.
- Le cinéma et le secteur des enregistrements sonores ont ajouté 59,8 milliards de dollars à l'économie américaine.
- Ensemble, ces trois industries culturelles ont contribué 278,4 milliards de dollars.

Bien qu'il n'y ait pas de ventilation des données de 2009 pour chacune de ces industries, un rapport détaillé paraît tous les cinq ans, le plus récent portant sur les données de 2002. Cette année-là, la valeur ajoutée des sports était plus de deux fois supérieure à celle des arts de la scène et environ trois fois et demie supérieure à celle des musées.

Le rapport souligne qu'entre 1987 et 2009, la valeur ajoutée corrigée pour l'inflation des arts de la scène, des sports et des musées a presque doublé. Le rapport constate également que le cycle d'affaires de ce groupe d'industries est sujet à des fluctuations telles qu'une baisse de 1,4 % en 2008 et une autre de 5,5 % en 2009.

Les deux autres industries mentionnées dans le rapport ont aussi connu récemment une baisse de leur valeur ajoutée. La valeur ajoutée du cinéma et du secteur des enregistrements sonores a diminué de 3,5 % en 2008 et de 2,4 % en 2009. L'industrie de l'édition a connu une augmentation de sa valeur ajoutée de 2,4 % en 2008 et une diminution de 7,1 % en 2009.

Le rapport définit également les impacts sur l'emploi et la valeur ajoutée par État des organismes œuvrant dans les arts de la scène et du patrimoine.

L'économie du patrimoine et du milieu culturel : Une vision intégrée et généralisée

(The economy of cultural heritage and landscape: A systemic and integrated vision)

European House-Ambrosetti pour le Comité de promotion de Florens 2010, 2010

<http://www.florens2010.com/en/node/27>

Cette étude a créé « l'indice Florens » pour comparer les secteurs de la création artistique et de la culture de huit pays et des régions de l'Italie. L'indice mesure quatre principaux éléments :

- Le capital culturel et environnemental, qui compte pour 40 % de la note de l'indice, comprend les biens du patrimoine culturel et de l'environnement, les activités des arts visuels et des arts de la scène, et l'enseignement des connaissances culturelles.
- Les industries de création artistique, qui comptent pour 30 % de la note de l'indice, incluent la création en publicité, le design, l'architecture, la mode, les vins, la gastronomie, les métiers d'arts, et la recherche-développement.
- Les médias, qui comptent pour 20 % de la note de l'indice, incluent la radiotélévision, l'édition, la cinématographie, les médias électroniques, la diffusion de la musique et les quotidiens.
- Les occasions de réseautage, qui comptent pour 10 % de la note de l'indice, incluent les foires commerciales, les communications électroniques et les occasions de formation continue.

Les comparaisons internationales sont effectuées à partir de l'analyse de 40 indicateurs liés à ces éléments dans les pays suivants : Allemagne, Espagne, États-Unis, France, Grèce, Italie, Japon et Royaume-Uni. Les États-Unis arrivent au premier rang des quatre éléments principaux, ce qui leur donne une note globale de 3,45. Le Royaume-Uni arrive au deuxième rang avec une note de 3,10, suivi de la France (2,91), de l'Italie (2,62), de l'Allemagne (2,56), de l'Espagne (2,28), du Japon (2,20) et de la Grèce (1,62).

Le rapport présente également les résultats d'un sondage sur la culture auprès de 4 000 habitants de l'Italie et de 1 000 personnes des autres pays (à l'exception du Japon où on n'a pas effectué de sondage). Le sondage explorait les attitudes et les comportements du public envers la culture, y compris l'utilisation de certains mots communément liés à la culture. En Italie, en France et aux États-Unis, « musée » était le mot le plus souvent associé à la culture. En Espagne et en Allemagne, la culture était synonyme de traditions ou coutumes locales, et de festivals. Au Royaume-Uni, la culture était communément liée à la nourriture, le vin et les coutumes culinaires. Le sondage italien a également révélé que presque trois fois plus de personnes âgées de 18 à 24 ans que les Italiens moyens associaient les mots « mode » et « design » au concept de culture.

Les répondants de tous les pays ont indiqué que les voyages et l'expérience étaient les facteurs les plus susceptibles d'intéresser les jeunes à la culture. Pour les répondants de

quatre pays (Allemagne, Espagne, États-Unis et Royaume-Uni), les amis constituaient le deuxième facteur à considérer, alors que pour ceux de deux pays (France et Italie), le milieu social et familial arrivait en deuxième place. L'école occupait le troisième ou le quatrième rang dans tous les pays. Les prix élevés étaient le facteur qui empêchait le plus de gens de participer aux activités culturelles dans tous les pays. Les répondants dans quatre pays (Allemagne, Espagne, France et Italie) ont indiqué que les foules et les files d'attente étaient le deuxième facteur en importance qui les empêchait de participer aux activités culturelles, et pour les répondants de deux pays (États-Unis et Royaume-Uni), les problèmes de transport arrivaient en deuxième place.

Les résultats du sondage révèlent aussi que l'intérêt pour les événements culturels dans sa propre ville ou dans son lieu de résidence est élevé en Italie, en France et en Allemagne, moyennement élevé au Royaume-Uni, et peu élevé en Espagne et aux États-Unis.

Le rapport établit qu'en Italie, il y a une corrélation importante et positive entre l'indice Florens et le produit intérieur brut régional par personne.

Le rapport conclut que « la perception du concept de la culture s'est graduellement diversifiée et varie passablement d'un pays à l'autre. Ainsi, la décision de mettre l'accent sur le tourisme culturel nécessite une évaluation rigoureuse des attentes réelles en matière de culture des touristes potentiels. »

Le rapport présente 13 recommandations et directives, notamment « encourager le renouvellement des investissements dans le secteur culturel en guise de mesure stratégique dans le cadre d'une politique industrielle », des « initiatives pour favoriser le mécénat » et « rendre les activités culturelles plus accessibles aux jeunes ».