

Festivals et Événements Majeurs du Canada

Réponses

1. Reprise économique et croissance

Compte tenu du climat d'austérité budgétaire actuel au sein du gouvernement fédéral et dans le monde, quelles mesures fédérales particulières estimez-vous nécessaires pour assurer la reprise économique et une plus forte croissance économique au Canada?

D'après Statistique Canada, l'industrie du tourisme a contribué 31,2 milliards de dollars au produit intérieur brut du Canada en 2011, produisant 21,7 milliards de dollars en recettes gouvernementales. Les recettes du tourisme ont totalisé environ 78,8 milliards de dollars par année – les dépenses nationales représentant 63,7 milliards de dollars en recettes et 15,1 milliards de dollars provenant des voyageurs étrangers. L'industrie du tourisme est vitale pour la croissance économique du Canada. La marque de commerce du Canada se situait au premier rang en 2011 (indice FutureBrand), mais se situait au 18^e rang en termes d'arrivées de touristes étrangers. L'intérêt positif pour la marque de commerce ne se traduit tout simplement pas en visites réelles. Notre marque de commerce internationale – souvent liée à la police montée, aux originaux et aux montagnes – rend peu urgent le voyage au Canada et ne fait pas valoir le Canada comme destination pour les personnes qui recherchent les expériences artistiques et culturelles. Les festivals et événements de classe mondiale du Canada constituent un produit de conversion important qui aide à faire du Canada un pays à voir à tout prix plutôt qu'un pays qui présente un certain intérêt pour attirer beaucoup de voyageurs étrangers. Il était estimé dans une étude de 2009 demandé par Festivals et événements majeurs (FEEM) du Canada que seulement 15 des grands festivals et événements au Canada attiraient 12,6 millions de personnes annuellement, apportant 650 millions de dollars au PIB de leurs économies locales et soutenaient l'équivalent de 15 600 emplois à temps plein à l'échelle du pays. Cette incidence économique substantielle provient des dépenses opérationnelles et touristiques estimées à 1,1 milliard de dollars par année. En outre, d'après l'analyse, les dépenses touristiques et opérationnelles liées à ces 15 événements produisent environ 283 millions de dollars en revenus fiscaux pour les trois ordres de gouvernement. Pour favoriser la croissance de l'industrie touristique et par conséquent, de l'économie en général, FEEM recommande que le gouvernement fédéral investisse dans les principaux événements touristiques culturels du Canada pour développer et commercialiser l'offre de produit qui favorisera le tourisme national et international par la création d'un fonds d'investissement de 30 millions de dollars. Un fonds provenant de sources privées de développement des événements et des festivals culturels de 30 millions de dollars de contrepartie s'ajoutant au financement fédéral aurait un effet catalyseur sur la croissance de ce secteur et apporterait un rendement significatif aux Canadiens. L'effet de cet investissement offre des rendements immédiats. Contrairement aux investissements qui prennent plusieurs années avant d'apporter des dividendes, les festivals sont limités dans le temps et le rendement sur le capital investi se réalise au cours de la même année financière.

2. Création d'emplois

Les entreprises canadiennes étant aux prises avec les pressions qu'exercent sur elles des facteurs comme l'incertitude relative à la reprise économique aux États-Unis, à la crise de la dette souveraine en Europe et à la concurrence livrée par un certain nombre de pays développés et en développement, quelles mesures particulières devraient, selon vous, être prises pour promouvoir la création d'emplois au Canada, notamment celle qui est attribuable à l'accroissement du commerce intérieur et international?

D'après l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) de l'ONU, le marché planétaire du tourisme est une des industries à plus rapide croissance dans le monde, se situant au quatrième rang à l'échelle mondiale à titre de catégorie d'exportation après les carburants, les produits chimiques et les produits automobiles. Pour 2011, Statistique Canada a estimé qu'il y a eu 157 362 entreprises touristiques au Canada employant environ 603 400 Canadiens. Les festivals et les grands événements sont une composante intégrante de l'industrie touristique du Canada. Ce sont des entreprises complexes qui emploient des travailleurs hautement spécialisés, attirent des industries novatrices, permettent aux talents de se faire valoir, apportent une richesse et génère beaucoup de fierté civique et de bénévolat. Grâce aux programmes de bénévolat et aux occasions d'emploi de débutant, les festivals offrent aux jeunes canadiens un moyen d'acquérir une expérience de travail valable. Le secteur a également de larges effets transitoires bénéfiques sur la création d'emplois et la croissance d'autres secteurs, y compris le transport, l'hospitalité et l'hébergement. Le Canada a besoin d'attraits touristiques de premier choix avec des marques de commerce facilement reconnaissables et haut de gamme, un programme de classe mondiale pour attirer les voyageurs avertis dans des marchés étrangers hautement concurrentiels. Les festivals et les grands événements sont des attraits de ce genre. La faiblesse de l'économie occidentale de l'Europe et des États-Unis se répercute naturellement sur les budgets de voyage de leurs citoyens. La classe moyenne florissante dans les marchés émergents comme l'Inde, le Brésil et la Chine fait augmenter le nombre de touristes potentiels de ces régions. Ce déplacement du marché touristique international exige que le Canada investisse dans la présentation de ses produits, dans ses outils de marketing et dans de nouveaux programmes pour attirer ces nouveaux voyageurs. Un fonds d'élaboration d'événements et de festivals culturels permettra aux grands festivals et événements de créer des partenariats additionnels, d'élargir la portée de leur marketing, de mettre à jour leur infrastructure et d'intensifier leur programmation dans le but d'accroître la fréquentation locale, nationale et internationale. Ces activités ont une incidence directe sur la création d'emplois et produiront des retombées économiques d'importance dans tout le pays.

3. Changement démographique

Quelles mesures spécifiques le gouvernement fédéral devrait-il prendre, selon vous, pour aider le pays à faire face aux conséquences du vieillissement de la population canadienne et des pénuries de main-d'œuvre?

Le vieillissement de la population du Canada présente beaucoup de difficultés, mais il offre également une possibilité incroyable puisque la génération d'après-guerre arrive à ses meilleures années de voyage. C'est une occasion importante d'intensifier l'industrie touristique nationale de 63,7 milliards de dollars du Canada en incitant un plus grand pourcentage des Canadiens à passer leurs vacances au pays en offrant des produits touristiques améliorés de classe mondiale. Ce sera particulièrement important durant les célébrations du 150^e anniversaire du Canada en 2017, lorsque les festivals et les événements de tout le pays assumeront la responsabilité du partage de notre patrimoine culturel collectif avec nos citoyens et avec les visiteurs du monde entier. Les aînés du Canada cherchent des façons d'être utiles et actifs dans leur collectivité — et les festivals et événements leur permettent de le faire. Notre secteur s'appuie sur un noyau dynamique de bénévoles grâce auxquels nous sommes en mesure de réaliser nos événements. Selon Festivals d'Ottawa, plus de 15 000 bénévoles contribuent aux festivals et

événements organisés chaque année dans notre capitale uniquement. Grâce à cet investissement de 30 millions de dollars dans le fonds de développement des événements et des festivals culturels, il serait possible de créer des possibilités de bénévolat partout au pays et permettre ainsi aux aînés du Canada et à d'autres personnes de maintenir un mode de vie sain et branché. En plus d'être un important moteur économique, les festivals et les événements offrent plusieurs avantages au niveau communautaire. Et bien que des aînés motivent les dépenses dans le secteur culturel, beaucoup d'aînés et de Canadiens en général ont dû diminuer leurs dépenses discrétionnaires dans le divertissement pour composer avec une économie instable. Les festivals constituent d'importantes possibilités d'engagement dans la collectivité et offrent des programmes à prix raisonnable et gratuits qui permettent aux Canadiens de participer à des activités culturelles enrichissantes, même en temps de revers économiques. Sur le plan de la pénurie des compétences, les grands festivals et événements sont des productions complexes qui nécessitent un personnel hautement spécialisé comme des techniciens du son, des électriciens, des créateurs de costumes et des décorateurs — même des pyrotechniciens pour la présentation de feux d'artifice. Beaucoup des métiers spécialisés nécessaires pour monter les divers événements qui se tiennent au Canada ont besoin de nouvelles recrues. Puisque ce sont des productions à court terme, les festivals donnent une expérience de travail précieuse aux apprentis des métiers. Les postes de bénévoles pour les étudiants et les jeunes sous-employés exposent ces derniers à ces métiers spécialisés, leur ouvrant d'autres perspectives de carrière.

4. Productivité

Compte tenu des difficultés que connaît le marché de l'emploi du fait, notamment, du vieillissement de la population et des efforts toujours consacrés aux mesures visant à accroître la compétitivité du pays, quelles initiatives fédérales particulières sont-elles nécessaires pour le renforcement de la productivité au Canada?

Tout comme les industries de la TI et de la fabrication qui doivent résoudre leurs problèmes de productivité, les festivals et les grands événements doivent investir dans la recherche-développement (R-D) pour améliorer l'efficacité de leurs processus et la compétitivité des produits offerts. Dans le contexte des festivals et des événements, cela veut dire investir dans la recherche et les technologies qui les aideront à mieux comprendre leurs clients et à communiquer avec eux, à cibler de façon efficace leurs efforts de marketing et d'élaborer, de peaufiner et d'assurer de nouveaux produits qui aboutiront à des résultats d'affaires plus prévisibles et durables. Par exemple, les organisateurs du Stratford Shakespeare Festival savent que leur public est âgé de 55 ans et plus, bien éduqué, professionnel et urbain — une démographie qui se situe dans ses meilleures années de voyage ayant un revenu discrétionnaire important à dépenser. Le festival a une grande possibilité de joindre des publics semblables à l'extérieur. L'attrait d'un plus grand nombre de touristes à Stratford stimule de façon importante l'activité économique. Pour chaque billet vendu au festival, 270 \$ d'activité économique complémentaire est généré dans la région avoisinante. Le festival fonctionne à 70 % de sa capacité disponible et des fonds supplémentaires lui permettraient d'atteindre un potentiel de 90 % de sa capacité disponible au cours des cinq prochaines années. Un investissement d'un million de dollars permettrait au festival d'étendre sa présence promotionnelle en ligne, de présenter une série d'exposés gratuits en ligne conjointement avec des partenaires médiatiques et d'améliorer grandement la fonctionnalité de son site Web pour mousser ses ventes. Les répercussions économiques projetées de cet investissement d'un million de dollars proposé sont de plus de 25,9 millions de dollars. Le financement de la R-D permettrait également d'investir dans de nouvelles technologies. Par exemple, au lieu d'un système de billets traditionnel, cette année, RBC Royal Bank Bluesfest a lancé un système de bracelet de contrôle d'accès basé sur une nouvelle identification par radiofréquence (IRF). Ainsi, les organisateurs ont pu offrir des forfaits hautement personnalisés, réduire grandement la contrefaçon de billets, offrir aux adeptes du festival une sécurité accrue et cela donnera aux organisateurs une plate-

forme de prochaine génération pour les initiatives de création futures faisant intervenir des commanditaires, partenaires et artistes. La création d'un fonds de développement d'événements et de festivals culturels de 30 millions de dollars donnerait aux grands festivals et événements les ressources nécessaires pour investir dans les projets de R-D qui améliorent la productivité et la compétitivité des attraits de classe mondiale du Canada.

5. Autres défis

On sait que des particuliers, des entreprises et des communautés éprouvent des difficultés actuellement au Canada. Quels sont, selon vous, ceux qui éprouvent le plus de difficultés, quelles sont ces difficultés et quelles mesures fédérales sont-elles nécessaires pour remédier à ces difficultés?

L'industrie touristique est particulièrement sensible aux facteurs externes qui peuvent présenter des difficultés énormes. Par exemple, les nouvelles exigences avec lesquelles doivent composer les voyageurs transfrontaliers américains d'obtenir un passeport, les événements politiques comme les protestations étudiantes de Montréal, la valeur élevée du dollar, les frais et taxes comparativement élevés des aéroports et les dépenses promotionnelles accrues dans des marchés concurrentiels se sont conjugués pour affaiblir l'attrait du Canada comme destination des voyageurs nationaux, américains et internationaux. Le Canada a besoin de produits touristiques de classe mondiale pour surmonter ces importantes difficultés; ainsi, FEEM du Canada recommande la création d'un fonds de développement des événements et festivals culturel permanent de 30 millions de dollars pour permettre aux festivals et grands événements d'offrir des produits irrésistibles de classe mondiale qui font du Canada un pays incontournable pour les voyageurs internationaux. Grâce au plus grand nombre de produits offerts et au renforcement des programmes de marketing, les organisateurs de festivals et d'événements du Canada seraient mieux en mesure d'être les facteurs clés de la marque de commerce internationale du Canada. FEEM recommande que le fonds de développement d'événements et de festivals culturels de 30 millions de dollars :

- investisse annuellement 20 millions de dollars dans les grands événements et festivals culturels internationaux du Canada (niveau 1) attribués selon des critères économiques basés sur le mérite et non assujettis à des quotas ou limites régionaux;
- affecte 10 millions de dollars annuellement aux événements et festivals culturels de taille moyenne et régionaux (niveau 2) en fonction de critères économiques empiriques et assujettis à des considérations régionales;
- offre un financement de projet pluriannuel pour maximiser les possibilités de développement de produits et de rendement du capital investi (RCI).

L'investissement dans des festivals et des événements offre des bénéfices de transition importants pour les économies locales où ils se tiennent. L'industrie du transport, les hôtels, les restaurants et les autres sites touristiques sont tous vulnérables à la faiblesse de l'économie. Dans de nombreux cas, il s'agit de petites entreprises qui luttent pour se redresser depuis le début de la récession de 2008. Des régions ont été frappées plus durement que d'autres. Les événements et festivals annuels sont souvent un plat de résistance essentiel pour la saison touristique locale. La promotion de la croissance du secteur des événements et des festivals déclencherait une activité économique importante dans chaque province et territoire du Canada.