

Unleashing the Full Potential of Event and Festival Tourism and Countering the Effects of Inflation

Government of Canada Pre-Budget Consultations

FEBRUARY 2023



Libérer le plein potentiel du tourisme événementiel et festivalier et contrer les effets de l'inflation

Consultations prébudgétaires du gouvernement du Canada

FÉVRIER 2023

Recommendations:

1. Take structural action with regard to the tourism and economic potential of festivals and events by adjusting current programs or efforts, such as:
- a) The Major Festivals and Events Support Initiative (MFESI) could be extended and expanded to benefit more festivals and events across Canada;

b) The Canadian Experiences Fund could include "event and festival tourism" as a priority.
2. Take greater action with regard to the social and cultural impact of festivals and events and to their potential, by:
- a) Making permanent the additions that were made to the 2019–2020 base budget, which have since been extended to 2023–2024 (+\$8 M/year to the Canada Arts Presentation Fund and +\$7 M/year to Building Communities Through Arts and Heritage);

b) Adding an additional \$30M to these programs (\$21M to the CAPF and \$9M to the BCAH) to account for the growing number of clients and inflation (in constant dollars, the programs will soon have less funding than in 2008, with a greater number of clients).

Recommandations :

1. Intervenir de façon structurante en vertu du potentiel touristique et économique des festivals et événements, en ajustant des programmes ou des interventions actuelles, comme :
- a) L'Initiative d'appui aux grands festivals et événements (IAGFE) qui pourrait être prolongée et élargie de façon à ce qu'un plus grand nombre de festivals et événements en profitent à travers le Canada;

b) Le Fonds pour les expériences canadiennes afin qu'il compte le «tourisme événementiel et festivalier» comme priorité;
2. Mieux intervenir en vertu des retombées sociales et culturelles des festivals et événements et en fonction du potentiel, en :
- a) Rendant permanents les ajouts faits à la base budgétaire en 2019-2020, reconduits depuis jusqu'en 2023-2024 (+ 8 millions \$/an au Fonds du Canada pour la présentation des arts et + 7 millions \$/an au Développement des communautés par le biais des arts et du patrimoine);

b) Ajoutant une nouvelle somme de 30 M\$ à ces programmes (soit 21 M\$ au FCPA et 9 M\$ au DCAP) pour tenir compte du nombre grandissant de clients et de l'inflation (en dollars constants, les programmes seront bientôt moins dotés qu'en 2008, avec plus de clients).

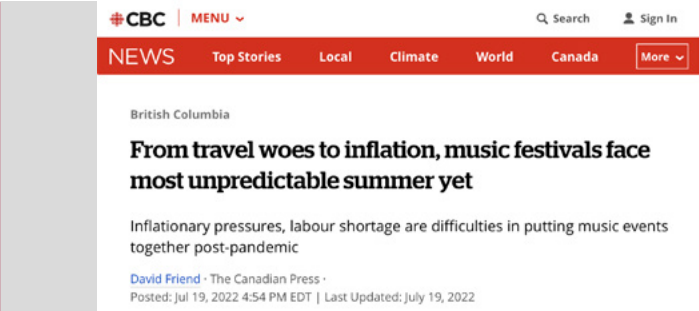
Inflation and labour shortages

"The daily rate for a sound technician has increased from \$200 to \$350. The scarcity of technical labor is giving technicians a competitive edge and allowing them to demand rates that are 50% higher than they were before the pandemic."

"Several people who had previously been hired in production have moved on and are no longer working in the industry."

"Some technical equipment was no longer available in Quebec or was unaffordable. We had to rush in projectors from Germany."

These testimonials confirm a harsh reality: festivals and events estimate that in 2022, it cost them about 25% more to organize an event comparable to the one they held in 2019. While some have managed to do so, others have had no choice but to trim compressible expenses, essentially cutting into the "product" they offer, by reducing the amount allocated to artists' fees, by decreasing the number of shows or stages on which they take place, etc.



PÉNURIE DE MAIN-D'ŒUVRE ET INFLATION COMPLIQUENT LA TÂCHE

S'il y a une ombre au tableau de ce grand retour des festivals, ce sont les enjeux liés à la pénurie de main-d'œuvre et à l'inflation, qui viennent mettre des bâtons dans les roues des organisateurs.

Les difficultés de recrutement sont grandes partout, mais elles sont multipliées pour des événements ponctuels, qui se déroulent souvent sur une courte période.

Inflation et pénurie de main-d'œuvre

«Le taux journalier d'un technicien de son est passé de 200 \$ à 350 \$. La rareté de la main-d'œuvre technique permet aux techniciens de faire jouer la concurrence et d'exiger des conditions supérieures de 50 % à celles d'avant la pandémie.»

«Plusieurs personnes qui étaient auparavant embauchées à la production se sont réorientées et ne travaillent plus dans le secteur.»

«Certains équipements techniques n'étaient plus disponibles au Québec ou étaient hors de prix. Nous avons dû faire venir d'urgence des projecteurs d'Allemagne.»

Ces témoignages confirment une dure réalité : les festivals et événements estiment qu'il leur en a coûté en 2022 environ 25 % de plus pour organiser un événement comparable à celui de 2019. Si certains y sont arrivés, d'autres n'ont eu d'autres choix que de réduire les dépenses compressibles, essentiellement le «produit» qu'ils offrent, soit en réduisant l'enveloppe réservée aux cachets des artistes, le nombre de spectacles ou de scènes sur lesquels ils ont lieu, etc.

Festivals and Major Events Canada, also known by the acronym **FAME**, has a direct and affiliated membership of over **500 members** of all sizes, in **nine provinces** across the country.

The coalition works closely with the **Regroupement des événements majeurs internationaux (RÉMI)**, which consists of some 30 major events in Quebec, as well as with the following organizations: **Ontario Festival Industry Taskforce (OFIT)**, **Événements Attractions Québec (ÉAQ)**, **Event Atlantic**, **Atlantic Presenters Association (APA)**, **Ottawa Festival Network (OFN)** and the **City of Charlottetown**.

Festivals et Événements Majeurs Canada, aussi connu sous l'acronyme **FAME**, compte à travers un membership direct et affilié plus de **500 membres** au pays, de toutes tailles et dans neuf provinces.

La coalition travaille étroitement avec le **Regroupement des événements majeurs internationaux (RÉMI)**, qui, au Québec, rassemble une trentaine de grands rendez-vous, de même qu'avec ces organisations : **Ontario Festival Industry Taskforce (OFIT)**, **Événements Attractions Québec (ÉAQ)**, **Event Atlantic**, **Atlantic Presenters Association (APA)**, **Ottawa Festival Network (OFN)** et la **Ville de Charlottetown**.



Associate Members /
Membres associés

OTTAWA FESTIVAL NETWORK
RÉSEAU DES FESTIVALS D'OTTAWA

OFIT
ONTARIO FESTIVAL INDUSTRY TASKFORCE

1 Take structural action with regard to the tourism and economic potential of festivals and events by adjusting current programs or efforts, such as:

- a) The Major Festivals and Events Support Initiative (MFESI) could be extended and expanded to benefit more festivals and events across Canada;
- b) The Canadian Experiences Fund could include “event and festival tourism” as a priority.

- The MFESI itself took several months to implement, and answers could not be given before late 2021. In practice, the 24-month program became a 16-month program, amidst labor shortages and inflation. Festivals and events whose projects have been selected must be given more time to complete them.
- In that same extension, allow festivals and events with revenue under \$10M to benefit from the Major Festivals and Events Support Initiative (MFESI) announced for two years in the 2021–2022 budget, and partly fund projects with what remains of the previously announced \$200M.
- It would be beneficial to give the festivals and events that are selected a sufficiently long period of time to implement their projects, as is being requested for those in the first phase.
- Because only festivals and events with annual revenue of more than \$10M were eligible, the MFESI will have benefited only about 25 festivals and events in Canada, leaving a whole category of events without support or receiving substantially less assistance through Canadian Heritage. It is not too late to remedy this situation.
- After the extension mentioned previously, modify the eligibility for and the nature of the MFESI program so that festivals and events with revenue of less than \$10M, as well as festivals and events that are not currently supported by Canadian Heritage, can benefit from it. Allocate \$25M per year to the program.
- On a permanent basis, a revised “MFESI 2.0” would address the longstanding problem of events that strongly benefit tourism but do not qualify with Canadian Heritage because they are not considered “cultural”.
- “Exclusive” support could also be considered, that is, allowing festivals and events to choose to be supported by “MFESI 2.0” (a tourism and economic program) or by Canadian Heritage (a cultural program).
- The Canadian Experiences Fund, delivered by regional development agencies across the country, was a two-year \$58.5M national program to support communities across Canada to create, improve or enhance tourism products, facilities and experiences. The Canadian Experiences Fund was the first dedicated tourism fund of its kind offered by the Government of Canada. The Fund proved to be extremely popular in all regions of Canada and, as such, was quickly exhausted as it received a high number of applications far exceeding total available funding. FAME suggests bringing back the Canadian Experiences Fund.
- This time around, festival and event tourism should be recognized as a key range of products, as are winter tourism, aboriginal tourism, rural and remote tourism, culinary tourism and inclusive tourism.

Do you know many conventions that attract more than 30,000 people? The Festival International de Jazz de Montréal attracts that number of festival-goers visiting from outside Quebec every year. Visitors from abroad spend an average of \$778 during their stay, about a quarter on lodging and a third on food.

In its [submission](#), the Coalition of Hardest Hit Businesses suggests to support festivals and events of all sizes with industry-specific funding programs (such as a renewed Canadian Experiences Fund, a Major Festival and Events Support Initiative 2.0, Canadian Arts Presentation Fund, Building Communities Through Arts and Heritage, a revived Marquee Tourism Events Program, etc.)

1 Intervenir de façon structurante en vertu du potentiel touristique et économique des festivals et événements, en ajustant des programmes ou des interventions actuelles, tels :

- a) L'Initiative d'appui aux grands festivals et événements (IAGFE) qui pourrait être prolongée et élargie de façon qu'un plus grand nombre de festivals et événements en profitent à travers le Canada;
- b) Le Fonds pour les expériences canadiennes afin qu'il compte le «tourisme événementiel et festivalier» comme priorité;

- La mise en place de l'IAGFE a elle-même pris plusieurs mois et les réponses n'ont pu être données, au mieux, avant la fin de 2021. Dans les faits, le programme de 24 mois en est devenu un d'environ 16 mois, dans un contexte de pénurie de main-d'œuvre et d'inflation. Il faut donner plus de temps aux festivals et événements dont les projets ont été retenus pour les compléter.
- Lors de la même prolongation, permettre aux festivals et événements ayant des revenus inférieurs à 10 M\$ de bénéficier de l'Initiative d'appui aux grands festivals et événements (IAGFE) annoncée pour deux ans dans le budget 2021-2022, et financer les projets en partie avec ce qui restera des 200 M\$ annoncés initialement.
- Il serait à propos de donner une période assez longue aux festivals et événements qui seraient soutenus pour mettre en place leurs projets, comme nous le demandons pour ceux de la première phase.
- Parce qu'elle ne s'adressait qu'aux festivals et événements ayant des revenus annuels supérieurs à 10 M\$, l'IAGFE n'aura bénéficié qu'à environ 25 festivals et événements au Canada, laissant toute une catégorie de rendez-vous laissés pour compte ou bénéficiant, via Patrimoine canadien, d'une aide substantiellement moins importante. Il n'est pas trop tard pour corriger le tir.
- Au terme du prolongement évoqué aux points précédents, modifier l'éligibilité à l'IAGFE et la nature de ce programme pour que puissent en bénéficier des festivals et événements ayant des revenus inférieurs à 10 M\$, de même que des festivals et événements qui, en ce moment, ne sont pas soutenus à Patrimoine canadien. Y prévoir une somme de 25 M\$ par année.
- De façon pérenne, un «IAGFE» revu et corrigé, en version «2.0» viendrait régler le problème historique vécu chez des événements qui sont hautement touristiques, mais qui ne se qualifient pas à Patrimoine canadien parce qu'ils ne sont pas considérés «culturels».
- Une «exclusivité» en termes de soutien pourrait aussi être considérée, — c'est-à-dire en permettant à terme aux festivals et événements de choisir d'être soutenu par «l'IAGFE 2.0» (un programme à caractère touristique et économique) ou de l'être par Patrimoine canadien (un programme à caractère culturel).
- Le Fonds pour les expériences canadiennes (FEC), administré par les organismes de développement régional à travers le pays, était un programme national de 58,5 millions \$ sur deux ans pour soutenir les communautés du Canada en vue de créer, d'améliorer ou d'agrandir des produits, des installations et des expériences touristiques. Le Fonds pour les expériences canadiennes a été le premier fonds touristique du genre offert par le gouvernement du Canada. Le fonds s'est avéré extrêmement populaire dans toutes les régions du Canada et, à ce titre, il a été rapidement épuisé, car il a reçu un nombre élevé de demandes dépassant le total des fonds disponibles. FAME croit qu'il faut réanimer le Fonds pour les expériences canadiennes.
- Cette fois, par contre, le tourisme événementiel et festivalier doit être reconnu au même titre que le tourisme hivernal, le tourisme autochtone, le tourisme rural et éloigné, le tourisme culinaire et le tourisme inclusif.

Des congrès qui attirent plus de 30 000 personnes, vous en connaissez beaucoup? Le Festival international de Jazz de Montréal attire annuellement ce nombre de festivaliers en provenance de l'extérieur du Québec. En moyenne, les festivaliers de cette catégorie dépensent 778 \$ durant leur séjour, soit environ le quart en hébergement et le tiers en restauration.

Dans son [mémoire](#), la Coalition des entreprises les plus touchées suggère de soutenir les festivals et événements de toutes tailles avec des programmes sectoriels spécifiques (tels qu'un Fonds des expériences canadiennes renouvelé, une Initiative d'appui aux grands festivals et événements 2.0, le Fonds du Canada pour la présentation des arts, le Développement des communautés par le biais des arts et du patrimoine, un Programme de manifestations touristiques de renom ravivé, etc.)

2 Take greater action with regard to the social and cultural impact of festivals and events and to their potential, by:

- a) Making permanent the additions that were made to the 2019–2020 base budget, which have since been extended to 2023–2024 (+\$8 M/year to the Canada Arts Presentation Fund and +\$7 M/year to Building Communities Through Arts and Heritage);
- b) Adding an additional \$30M to these programs (\$21M to the CAPF and \$9M to the BCAH) to account for the growing number of clients and inflation (in constant dollars, the programs will soon have less funding than in 2008, with a greater number of clients).

- The increases have not been sufficient enough to meet the demands of new and existing clients. This means that many of these existing clients are now receiving less than they did in the last two years—and in some cases less than they did in 2018, an amount which itself was often the same as in 2008.

| Event | Program | 2019 | 2022 |
|---------|---------|-----------|-----------|
| Event A | BCAH | \$83,500 | \$51,200 |
| Event B | BCAH | \$102,500 | \$99,800 |
| Event C | CAPF | \$170,000 | \$150,000 |

- The suggested additions would provide the Canada Arts Presentation Fund with about \$61M, up from about \$32M for a decade between 2008 and 2018, and about \$40M since 2019. For the Building Communities Through Arts and Heritage program, the envelope was about \$17M for a decade and increased to about \$24M in 2018, so it would be \$33M.

- At the same time, we know that inflation is an issue for governments and festivals and events alike. In constant dollars, a \$100,000 grant awarded in 2008 is not worth the same 13 years later, for example, when total inflation was 23%.
- Organizers tell us that they want to develop their products, promote culture and work on revitalizing their environments and communities rather than spending weeks each year on awareness campaigns or lobbying elected officials, without knowing what will happen to these valuable programs in the future.
- We must correct a historical and structural problem of underfunding, which has been amplified by a decade of freezing, and put an end to endless cycles of campaigning by festivals and events and their associations, as well as to uncertainty and instability on the ground.

The budgets for the Canada Council for the Arts and CBC/Radio-Canada have been increased dramatically since 2015, but for Canadian Heritage, adjustments have not been made on the same scale, nor have they been made on a permanent basis.



VANCOUVER IS AWESOME



'Everybody is at risk': Why can't Vancouver keep a music festival going?

There will be more cancellations, predicts industry expert.

The Guardian

WILL AUSTRALIA'S FESTIVALS SURVIVE A WET, CHAOTIC, EXPENSIVE SUMMER?

A string of music festivals and live events have been cancelled or scaled back due to weather, rising costs and logistical chaos. Will things ever get back to normal?

2 Mieux intervenir en vertu des retombées sociales et culturelles des festivals et événements et en fonction du potentiel, en :

- a) Rendant permanents les ajouts faits à la base budgétaire en 2019-2020, reconduits depuis jusqu'en 2023-2024 (+ 8 millions \$/an au Fonds du Canada pour la présentation des arts et + 7 millions \$/an au Développement des communautés par le biais des arts et du patrimoine);
- b) Ajoutant une nouvelle somme de 30 M\$ à ces programmes (soit 21 M\$ au FCPA et 9 M\$ au DCAP) pour tenir compte du nombre grandissant de clients et de l'inflation (en dollars constants, les programmes seront bientôt moins dotés qu'en 2008, avec plus de clients).

- Les augmentations du budget 2019 n'ont pas suffi à répondre aux demandes de nouveaux clients ainsi que des clients existants et cela fait en sorte que plusieurs de ces clients existants reçoivent aujourd'hui moins qu'au cours des deux dernières années et parfois même moins qu'en 2018, une somme qui elle-même était souvent celle de 2008.

| Événement | Programme | 2019 | 2022 |
|-------------|-----------|-----------|-----------|
| Événement A | DCAP | 83 500\$ | 51 200\$ |
| Événement B | DCAP | 102 500\$ | 99 800\$ |
| Événement C | FCPA | 170 000\$ | 150 000\$ |

- Les ajouts suggérés auraient pour effet de pourvoir le Fonds du Canada pour la présentation des arts d'environ 61 M\$, alors qu'il disposait d'environ 32 M\$ pendant une dizaine d'années, entre 2008 et 2018, puis de quelque 40 M\$ depuis 2019. Du côté du Développement des communautés par le biais des arts et du patrimoine, l'enveloppe qui était d'environ 17 M\$ pendant une décennie et qui est passée à environ 24 M\$ en 2019 serait alors de 33 M\$.
- Par ailleurs, nous savons que l'inflation est un enjeu pour les gouvernements comme pour les festivals et événements. En dollars constants, une subvention de

100 000 \$ accordée en 2008 ne vaut plus la même somme 13 ans plus tard, par exemple, alors que l'inflation représente 23 %.

- Les organisateurs nous disent vouloir développer leurs produits, faire rayonner la culture et travailler à la dynamisation de leurs milieux et communautés plutôt que de passer chaque année des semaines sur des campagnes de sensibilisation ou de représentation auprès des élus, sans savoir ce qu'il en sera de l'avenir de ces programmes précieux.
- Il faut corriger un problème historique et structurel de sous-financement, qui a été amplifié par une décennie de gel (2008-2019), et mettre fin à des cycles perpétuels de représentations de la part des festivals et événements, de leurs associations, comme à l'insécurité et à la précarité sur le terrain.

Les budgets du Conseil des arts du Canada et de Radio-Canada/CBC ont été augmentés de façon spectaculaire depuis 2015 mais, à Patrimoine canadien, les corrections n'ont pas été du même ordre, ni fait de façon permanente.



LE JOURNAL DE QUÉBEC

DES RETOMBÉES PARTOUT DANS LA PROVINCE
Restaurants, hébergements, commerces locaux : tous profiteront du grand retour des festivals

Nombreux seront les commerçants et entreprises à être heureux de voir débarquer des milliers de festivaliers dans leur coin de pays en cet été de retour à la normale. Les retombées pour le Québec se compteront par centaines de millions de dollars.



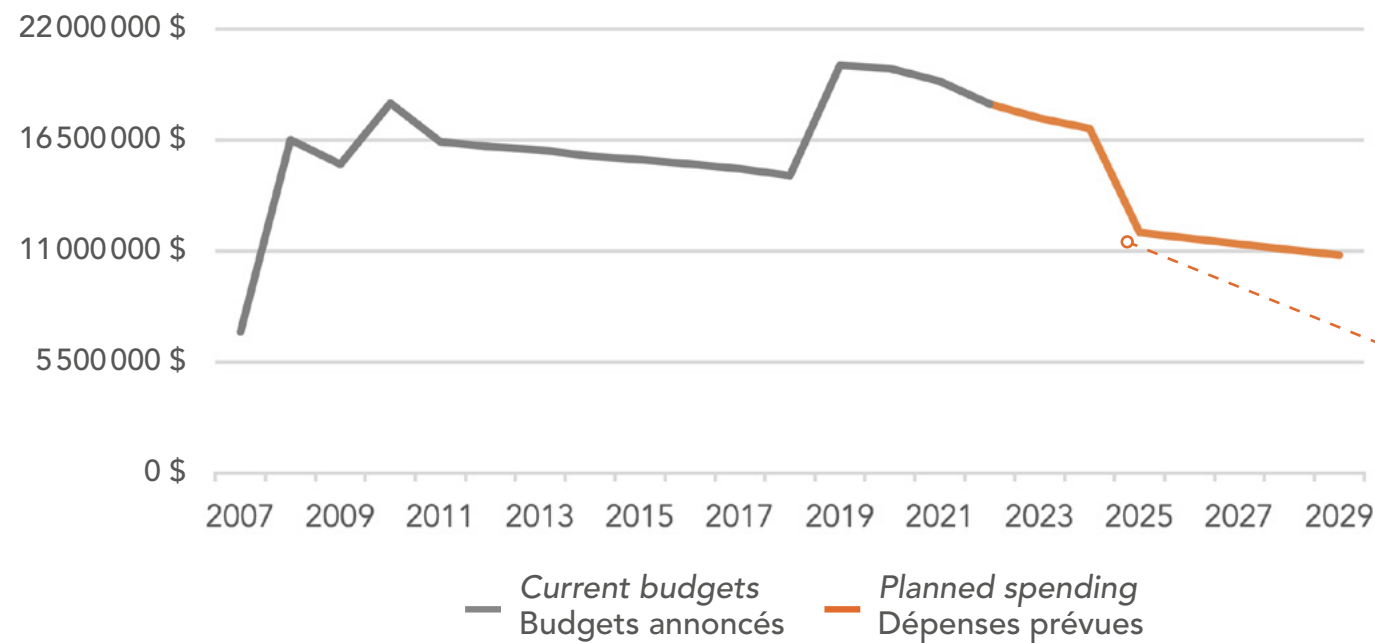
LA PRESSE



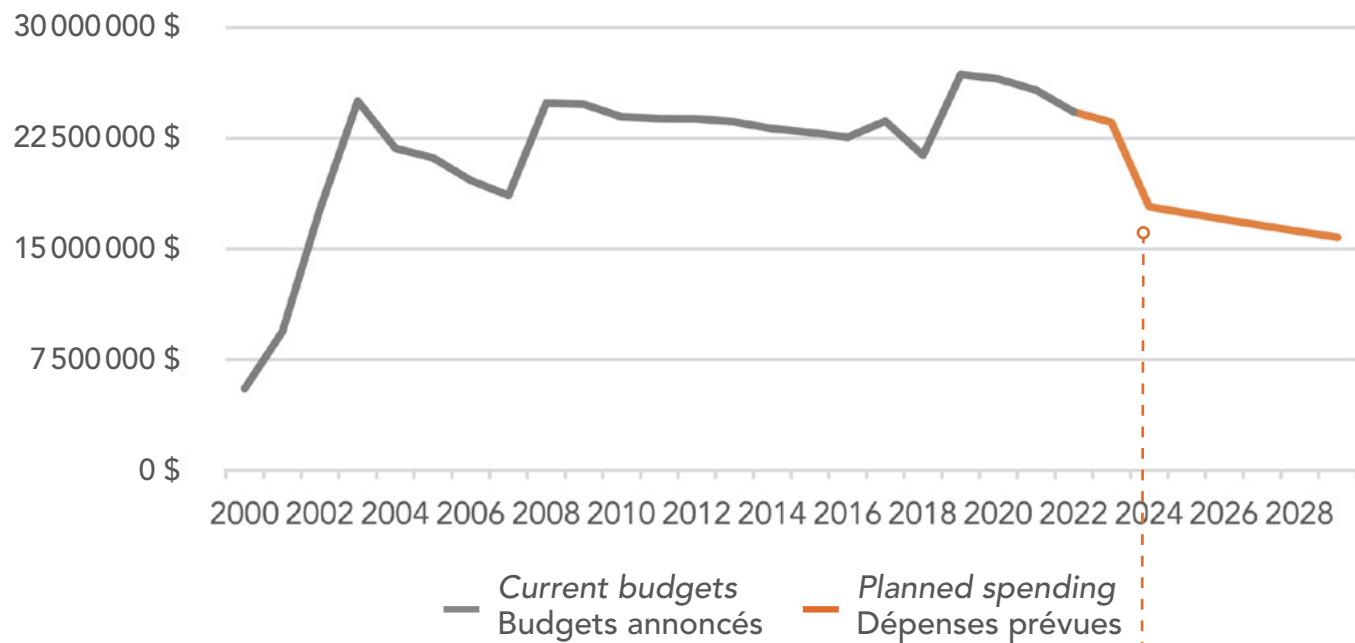
Arts de la scène

Pénurie de main-d'œuvre : « On est allés au bout de ce qu'on pouvait faire »

BCAH Funding Level (constant 2007 dollars)
Niveau de financement DCAP (en dollars constants 2007)



CAPF Funding Level (constant 2007 dollars)
Niveau de financement FCPA (en dollars constants 2007)



If the 2019–2020 investments are not made permanent beginning in 2024–2025.
Si les investissements de 2019-2020 ne sont pas rendus permanents à partir de 2024-2025.

Global NEWS

WorldCanadaLocalPoliticsMoneyHealth

CORONAVIRUSCovid case trackerVaccination trackerQuestions answered

ECONOMY

Stratford Festival season postponement to have big impact on city's economy, mayor says

By Matthew Trevithick • Global News

Posted April 29, 2020 4:09 pm • Updated April 29, 2020 4:39 pm

CBC

MENU

NEWS

Top StoriesLocalClimateWorldCanadaPoliticsMore

Toronto

TIFF returned 'with a vengeance,' but expert says hospitality industry not 'healthy yet'

f

t

e

r

in

Toronto International Film Festival wrapped on Sunday, giving a boost to downtown businesses

CBC News • Posted: Sep 19, 2022 9:33 PM EDT | Last Updated: September 19, 2022

TVA NOUVELLES

ARGENT

DUR DE TROUVER DES EMPLOYÉS DANS LE...

Dur de trouver des employés dans les festivals

Pascale Robitaille | TVA Nouvelles | Publié le 2 mai 2022 à 20:12

ICI Colombie-Britannique

Sections

SPECTACLES

Le Festival folk de Vancouver, annulé pour 2023, pourrait disparaître à jamais

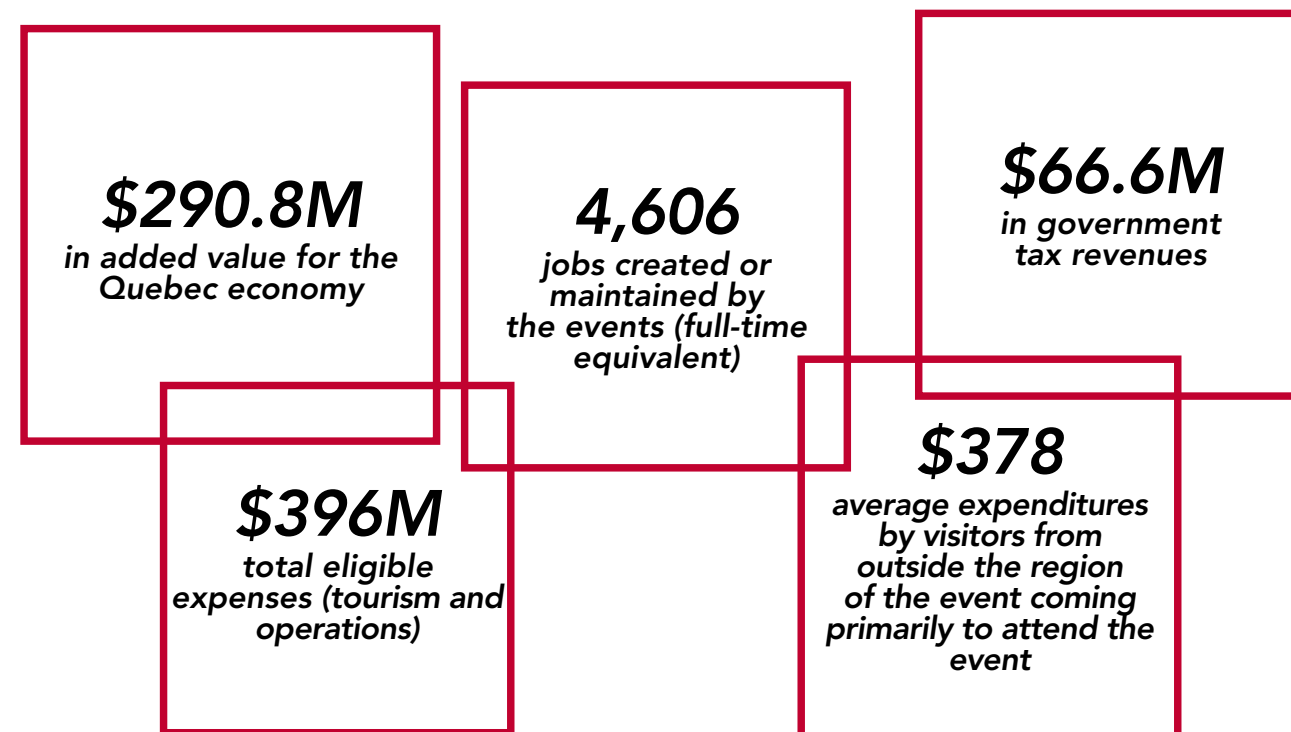
Les membres de la société qui organise le Festival voteront sur son avenir le 1^{er} février prochain.

NEW STUDY SHOWS THE IMPORTANCE OF FESTIVALS AND EVENTS FOR THE ECONOMY AND TOURISM

Highlights of the KPMG study released on May 31, 2018

The study, commissioned by the Regroupement des événements majeurs internationaux (RÉMI), covers **nine members of FAME** and concludes that the Government of Canada received 1.78 times what it invested in events through taxes. While it subsidized 17 events with up to **\$9.7M**, the **federal government** received **\$17.3M**, before even considering the economic impact and the creation or maintenance of jobs for the middle class.

THE BENEFITS



Festivals and Events: A Reason to Travel Domestically or From Abroad

- No fewer than **190,603** tourists came from outside the province where the 17 festivals and events reviewed by the study were held, in this case Quebec, primarily to attend these events.
- **66%** of Quebec visitors travelled primarily because of the event.
- **54%** of visitor expenditures were generated by those coming from outside of Quebec.

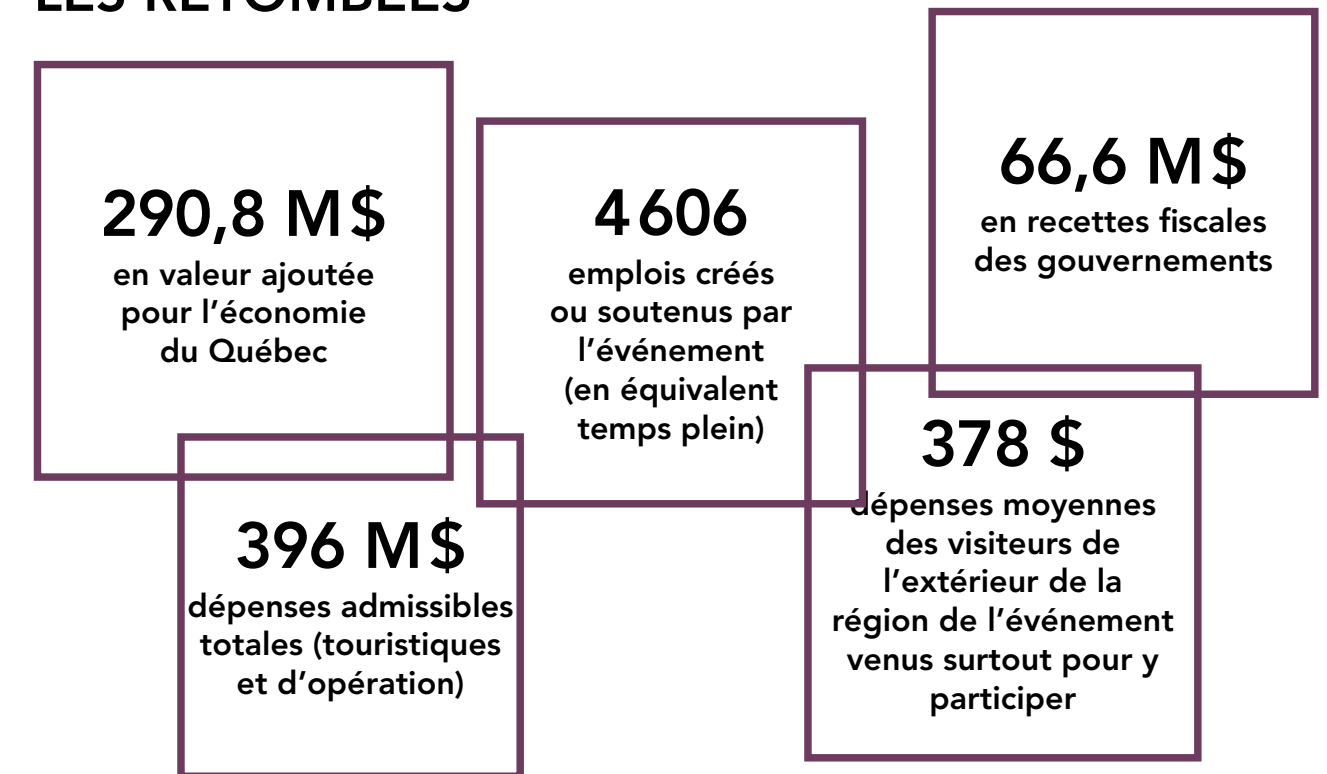
TO VIEW THE FULL STUDY, CLICK ON THIS LINK: <https://fame-feem.ca/2018/wp-content/uploads/2016/05/Consolidated-economic-benefits-Report-May-18-2018.pdf>

L'IMPORTANCE ÉCONOMIQUE ET TOURISTIQUE DES ÉVÉNEMENTS MAJEURS INTERNATIONAUX

Les faits saillants de l'étude réalisée par KPMG et rendue publique le 31 mai 2018

L'étude, faite à la demande du Regroupement des événements majeurs internationaux (RÉMI), portait notamment sur **neuf membres de FAME** et conclut que le gouvernement du Canada récupère 1,78 fois sa mise, sous forme de taxes et d'impôts, lorsqu'il investit dans les événements. Alors qu'il subventionne ces dix-sept événements à hauteur de **9,7 M\$**, le gouvernement fédéral a récolté **17,3 M\$**, avant même de considérer l'impact économique et la création ou le maintien d'emplois pour la classe moyenne.

LES RETOMBÉES



Les festivals et événements : une raison de se déplacer à destination ou d'y venir

- Pas moins de **190 603** touristes sont venus de l'extérieur de la province où se tenaient les 17 festivals et événements visés par l'étude, en l'occurrence ici le Québec, **principalement pour participer** à ces rendez-vous.
- **66 %** des visiteurs québécois se sont déplacés **surtout en raison de l'événement**.
- **54 %** des dépenses des visiteurs ont été générées par des visiteurs venant de l'extérieur du Québec.

POUR CONSULTER L'ÉTUDE COMPLÈTE, CLIQUEZ SUR CE LIEN : <https://fame-feem.ca/2018/wp-content/uploads/2016/05/Retombees-economiques-consolidees-REMI-rapport-18-mai-2018.pdf>