

Accroître la productivité
et la compétitivité
du Canada grâce à
l'industrie festivalière et
événementielle

**Mémoire présenté au
Comité permanent des Finances**

Consultation prébudgétaire

Août 2017



FAME

FESTIVALS AND MAJOR EVENTS
FESTIVALS ET ÉVÉNEMENTS MAJEURS

CANADA

SOMMAIRE EXÉCUTIF

Les festivals et les événements majeurs du Canada représentent une occasion extraordinaire pour le pays et les entreprises canadiennes. Le tourisme est en augmentation dans le monde avec l'émergence d'une classe moyenne de plus en plus importante et qui a les moyens de voyager à l'étranger. Les festivals et les événements majeurs sont souvent le principal attrait pour ces touristes. Le Canada peut profiter de ces tendances en investissant dans les événements canadiens pour les rendre encore plus attrayants pour les touristes d'ici et d'ailleurs.

Pour profiter de cette manne croissante de touristes, FAME — une association pancanadienne représentant 26 événements et festivals tenus dans 7 provinces — propose la création d'un nouveau programme fédéral d'investissement dans les festivals et les événements majeurs au Canada. Cet investissement sur cinq ans améliorera l'expérience des festivaliers en plus de soutenir les entreprises canadiennes et d'en créer de nouvelles, d'offrir aux travailleurs une meilleure sécurité d'emploi et d'être profitable pour l'économie en général.

Cette proposition augmentera la productivité du Canada au moyen d'une participation accrue au marché du travail, offrira de nouvelles possibilités d'emplois et de formation et favorisera l'implantation de nouvelles technologies pour améliorer l'expérience des festivaliers. Les investissements fédéraux augmenteront simultanément la productivité et la compétitivité des entreprises canadiennes en revendiquant une plus grande part du marché du tourisme international pour le Canada.

Le tourisme, qui a contribué pour 31,2 milliards de dollars au PIB en 2011, est crucial pour l'économie canadienne. Selon une étude réalisée en 2009, à eux seuls, quinze des plus grands festivals et événements y contribuaient pour 650 millions de dollars annuellement. D'autres gouvernements ont fait avec succès d'importants investissements dans le secteur des festivals et événements. Le Canada devrait faire de même pour rester compétitif sur le plan international.

FAME aimerait avoir l'occasion d'approfondir le contenu de cette présentation en étant invité devant le Comité. Puisque FAME est une organisation nationale, elle pourra se présenter dans plusieurs des lieux où se rendra le Comité. Merci pour l'attention que vous porterez à cette demande.

PROGRAMME DE FINANCEMENT FÉDÉRAL POUR LA CROISSANCE DES FESTIVALS ET DES ÉVÉNEMENTS MAJEURS

Après qu'ait été rehaussée la réputation du Canada dans le monde grâce au programme **Canada 150**, FAME veut que se poursuive cet élan. Pour ce faire, l'organisme propose la création d'un nouveau programme fédéral dédié à la croissance des festivals et des événements majeurs au Canada, avec un budget national total de **225 millions de dollars sur cinq ans**. FAME suggère d'utiliser une partie de l'allocation budgétaire du 150^e anniversaire pour créer un fonds permanent administré par les **Agences de développement régional** dans tout le Canada, compte tenu de leur solide implantation en région et de leur connaissance du secteur.

On retrouve parmi les objectifs généraux :

- Augmentation de la fréquentation et de la portée géographique;
- Augmentation des visites touristiques et des dépenses;
- Amélioration de la qualité et de la durabilité des événements majeurs au Canada.

Le programme aidera les événements qui attirent un grand nombre de visiteurs internationaux à maintenir et à améliorer leur attrait international. Il aidera également les événements bien établis à l'échelle nationale à obtenir une renommée internationale.

UN « PRODUIT DE CONVERSION »

62 903 : Nombre de touristes qui ont visité Montréal en juillet 2016 surtout ou exclusivement à cause du Festival International de Jazz de Montréal.

Le fonds serait divisé en deux composantes (niveaux), ventilées comme suit :

Niveau 1	Niveau 2
<ul style="list-style-type: none">• Grandes organisations avec des budgets annuels de plus de 3 millions \$• Achalandage minimum de 250 000 personnes	<ul style="list-style-type: none">• Organisations moyennes et régionales avec des budgets annuels variant entre 1 et 3 millions \$
25 millions \$ par année	20 millions \$ par année

Note 1 : FAME suggère qu'une partie de ce fonds soit dédiée à soutenir la croissance des plus grands festivals et événements autochtones (Pow wow, Festival Présence autochtone, etc.).

Note 2 : Les estimations de financement sont basées sur un budget global de 225 millions de dollars sur cinq ans, ce qui équivaut à 45 millions de dollars par année.

Il est important de noter que l'industrie des événements ne bénéficie pas des revenus indirects, comme la taxe de vente, la taxe sur l'hébergement, les frais de transport aérien, etc. Par conséquent, les gouvernements provinciaux et fédéraux doivent agir en tant que redistributeurs pour s'assurer que le modèle commercial est viable. Ces investissements sont de véritables occasions, car chaque dollar investi par le gouvernement aide à générer plus de 15 \$ dans la création de richesse du PIB.

POURQUOI LE PROGRAMME DE FINANCEMENT PROPOSÉ AMÉLIORERA-T-IL LA PRODUCTIVITÉ ET LA COMPÉTITIVITÉ DU CANADA

Le programme de financement décrit ici répond aux priorités du gouvernement du Canada en accroissant la productivité des Canadiens et en augmentant la productivité et la compétitivité des entreprises canadiennes. Il présente également de solides avantages économiques comme on en retrouve dans les *success-stories* d'autres gouvernements, au Canada et à l'étranger.

PLUS DE CANADIENS PRODUCTIFS

Augmentation de la participation au marché du travail

Les festivals et les événements majeurs font partie intégrante de l'industrie touristique canadienne. Dans le monde entier, le marché du tourisme mondial est l'une des industries dont la croissance est la plus rapide, selon l'Organisation mondiale du tourisme des Nations Unies. Le tourisme occupe le troisième rang mondial dans la catégorie des exportations, après les carburants et les produits chimiques et avant les produits alimentaires et automobiles. Au pays, il y avait en 2011 157 362 entreprises touristiques employant 603 400 Canadiens, selon Statistique Canada. Au-delà de ces emplois directs, les activités touristiques créent des emplois dans d'autres industries, dont le loisir et le divertissement, le transport, l'hébergement, les agences de voyages et la restauration. On estime qu'en 2013, plus de 1,6 million de ce type d'emplois ont été créés par l'industrie touristique au Canada.

Formation, éducation et expérience

La création d'un programme fédéral de financement pour les festivals et les événements majeurs augmentera la productivité des Canadiens en offrant plus de possibilités de formation et d'éducation.

Les festivals et les événements majeurs créent des emplois temporaires et permanents et font appel à un

grand nombre de bénévoles. Une étude estime que dans les grands événements, le ratio de personnel et de participants peut atteindre 1:108. Ces emplois représentent des possibilités de renforcement et de formation qui ne seraient pas accessibles autrement.

Certains festivals et événements majeurs fournissent une formation aux bénévoles, qui inclut parfois la préparation aux urgences, les premiers soins, le contrôle de foule et le service à la clientèle. **Même lorsqu'aucune formation n'est fournie, le bénévolat constitue une expérience valorisante qui renforce les capacités et la productivité de ceux et celles qui le pratiquent.**

Les jeunes peuvent aussi tirer profit des occasions offertes par les festivals et les événements majeurs. Les postes bénévoles et les emplois temporaires sont des générateurs d'expérience très attrayants pour les étudiants qui ne sont disponibles que pour des emplois saisonniers et qui n'ont pas d'expérience.

DES ENTREPRISES PLUS PRODUCTIVES ET COMPÉTITIVES

Augmentation du marché international

Il y a désormais chaque année plus d'un milliard de touristes internationaux, et l'Organisation mondiale du Tourisme prévoit qu'ils seront 1,8 milliard en 2030, ce qui représente une croissance annuelle moyenne de 3,3 %. Cette augmentation est soutenue à l'échelle mondiale par une classe moyenne en plein essor. Son taux de croissance atteint des sommets, avec un ajout de 140 millions de personnes chaque année. En 2022, ce chiffre pourrait atteindre 170 millions par an. En outre, la taille du marché des dépenses de la classe moyenne est supérieure à ce qui avait été précédemment estimé : en 2015, elle était d'environ 35 billions de dollars (en termes de PPP 2011). Cela représente maintenant un tiers de l'économie mondiale.

En 2016, le Canada a accueilli près de 20 millions de visiteurs étrangers, un sommet depuis 14 ans. Cela pourrait lui faire gagner quelques positions dans la liste des destinations internationales les plus populaires, lui qui ne pouvait faire mieux que le 18^e rang en 2015. Pour continuer à attirer plus de touristes, le Canada a besoin d'attractions de premier plan avec des marques reconnues à l'international et des expériences de classe mondiale. C'est exactement le rôle que peuvent jouer les festivals et les événements majeurs.

Plusieurs festivals et les événements au Canada sont des organisations à but non lucratif : peu importe ce statut, ce sont aussi des « entreprises » qui doivent être compétitives sur la scène internationale pour attirer un nombre maximal de touristes au Canada. Pour que le Canada gagne une plus grande part du marché du tourisme international et puisse rivaliser avec d'autres grands festivals à travers le monde — qui sont subventionnés dans une proportion beaucoup plus élevée — FAME recommande que le gouvernement fédéral investisse dans les principaux événements touristiques du Canada. Ainsi, ils pourraient développer des produits qui stimuleront le tourisme domestique et international.

Formation en sécurité et développement d'une sécurité de classe mondiale

Les festivals et les événements majeurs attirent des milliers de personnes qui deviennent de potentielles cibles lors d'attaques. Nous devons être proactifs et augmenter les mesures de sécurité mises en place dans les événements afin d'éviter que des événements malheureux surviennent. Les investissements gouvernementaux dans les festivals et les événements majeurs seront consacrés à la création de stratégies de prévention plus solides et à la formation des employés. **La sécurité, et plus particulièrement la formation en matière de sécurité, est une dimension très importante des recommandations de FAME.**

Innovation et technologie de pointe

Les festivals et les événements majeurs permettent à des entreprises canadiennes d'innover en créant des technologies qui améliorent l'expérience des festivaliers. Par exemple, dans certains festivals, les participants portent des bracelets qui servent à la fois de billets, de cartes de débit, d'accessoires dans un spectacle et d'outil pour partager ses coordonnées avec d'autres festivaliers.

D'autres innovations possibles pour les festivals et les événements majeurs pourraient inclure la diffusion en direct, une meilleure couverture sur les médias sociaux, la réalité virtuelle 3D et la mise en œuvre de systèmes de gestion (logiciels).

Les festivals et les événements majeurs du Canada doivent rester à l'avant-garde en matière de **nouvelles technologies et d'innovation pour rester compétitifs sur le marché international**. Un investissement du gouvernement fédéral dans les festivals et les événements majeurs permettrait d'inciter les entreprises technologiques canadiennes à développer des outils utilisant les technologies les plus récentes.

UN IMPACT ÉCONOMIQUE PLUS GRAND DANS TOUTES LES RÉGIONS

L'industrie du tourisme revêt une importance cruciale pour la croissance économique du Canada. Selon Statistique Canada, le tourisme a contribué pour 31,2 milliards de dollars au PIB en 2011 et a généré des recettes fiscales de 21,7 milliards de dollars pour le gouvernement. Les revenus issus du tourisme ont totalisé environ 78,8 milliards de dollars par an, soit 63,7 milliards de dollars provenant de dépenses nationales et 15,1 milliards de dollars dépensés par des voyageurs étrangers. Il s'agit d'une importante contribution à l'économie canadienne.

EN BREF POUR 15 ÉVÉNEMENTS EN 2009

- > Les dépenses touristiques et les dépenses de fonctionnement totalisent plus d'un milliard de dollars
 - Plus de 650 millions \$ du PIB
 - 283 millions \$ de recettes fiscales
- > 15 600 emplois
- > 12,6 millions de visiteurs incluant 1,7 million de festivaliers internationaux
- > Québec et Ottawa ont reçu 2,5 fois leur investissement en recettes fiscales

En ce qui a trait spécifiquement aux festivals et aux grands événements, une étude réalisée par FAME en 2009 estimait que 15 des plus grands événements au Canada attirent 12 600 000 de festivaliers, ajoutent 650 millions de dollars au PIB des économies locales, et soutiennent l'équivalent de 15 600 emplois à longueur d'année. Cet impact économique substantiel est généré à la fois par des dépenses opérationnelles et touristiques estimées à 1,1 milliard par année. L'analyse estime également que le tourisme et les dépenses opérationnelles liées à ces 15 événements génèrent annuellement environ 283 millions de dollars de recettes fiscales pour les trois paliers de gouvernement. Il est aussi établi depuis que chaque dollar investi par les gouvernements dans les festivals en procure deux et demi sous forme de fiscalité et de parafiscalité.

Les festivals et événements concrétisent de vagues intentions de voyage au Canada et constituent des « produits de conversion » qui font passer notre destination de la liste des « peut-être » à celle des « assurément » dans un calendrier.

SUCCESS STORIES

Ailleurs, divers gouvernements ont compris l'importance d'investir dans les festivals et les événements, car ceux-ci sont maintenant de véritables phénomènes sociaux et d'importantes occasions à saisir. L'exemple le plus éloquent est le succès remporté par Coachella en Californie, Tomorrowland en Belgique et SXSW au Texas.

APERÇU — INVESTISSEMENT GOUVERNEMENTAL

Les subventions du gouvernement du Canada représentent 4 % du revenu total des membres de FAME. En 2013, ce taux a été dépassé par :

- > France (4,4 %)
- > Suisse (4,7 %)
- > Suède (10,3 %)
- > Finlande (13,8 %)
- > Irlande (22,7 %)
- > Norvège (29,8 %)

Au Royaume-Uni, la part des revenus publics chez les membres de la *British Arts Festival Association* atteint 28 %. Le Texas investit à lui seul près de 40 millions de dollars par année dans un fonds pour divers événements, tandis que la ville d'Austin contribue pour plus de 12 millions de dollars par an.

Le Conseil canadien des ministres du Tourisme évalue déjà la possibilité de collaborer avec cette industrie importante, mais fragile. Pour permettre aux festivals et aux événements canadiens d'être plus attrayants et compétitifs sur la scène internationale et d'offrir un « produit » de meilleure qualité et une expérience améliorée à leur clientèle, FAME demande au gouvernement fédéral de faire sa part.

RÉSULTATS ATTENDUS

Un investissement de 45 millions de dollars générera des recettes fiscales de 112,5 millions de dollars pour le gouvernement du Canada dès la première année (ce ratio de 2,5 : 1 a été conservé historiquement). Il augmentera le nombre de touristes internationaux de 25 % dans les grandes manifestations canadiennes au cours des cinq premières années (1,7 million, en 2009, 2,125 millions en 2022), ce qui à terme augmentera le nombre de touristes internationaux au Canada d'environ 2,25 % par an (18 millions en 2015).

Puisque les touristes internationaux dépensent 1035 dollars au cours de leur séjour, nous estimons que cet investissement générerait 425 millions de dollars en recettes touristiques supplémentaires. Plus important encore, cet investissement renforcerait la compétitivité des entreprises canadiennes dans le domaine des festivals et des événements majeurs à l'échelle mondiale.

En 2011, dans son évaluation du Programme de manifestations touristiques de renom (2009-2011), le gouvernement du Canada concluait que celui-ci avait «répondu au besoin d'une stimulation économique immédiate pour le secteur touristique» et qu'il avait «créé d'autres retombées positives pour les bénéficiaires». Cette évaluation positive laisse entrevoir les potentielles retombées que générerait un programme du même genre dans le contexte actuel — où le tourisme international est en croissance comme jamais. Le Canada peut et doit saisir l'occasion d'être compétitif dans ce lucratif marché qu'est le tourisme interne et international en soutenant l'industrie des festivals et événements majeurs.

BIBLIOGRAPHIE

1. «Tourism Highlights, 2016 Edition». UNWTO. Disponible à l'adresse : <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>
2. «Les retombées économiques des plus importants festivals et événements canadiens». Commandité par la coalition des festivals canadiens, compilé par enigma research corporation. Disponible à l'adresse : <http://fame-feem.ca/fr/wp-content/themes/sands/downloads/2009%20Economic%20Impact%20of%20Canada's%20Largest%20Festivals%20and%20Events.pdf>
3. «Développer le plein potentiel touristique et économique des événements majeurs internationaux : un levier essentiel à la création de la richesse – Extraits du rapport final». Regroupement des Événements Majeurs Internationaux (RÉMI) et KPMG. Disponible à l'adresse : <http://remi.qc.ca/faits-saillants-du-rapport-kpmg-sur-les-evenements-majeurs-internationaux/>
4. «Aperçu du financement des festivals et des événements à l'étranger» Chaire de tourisme Transat ESG UQÀM, Mars 2015, p.76.
5. «Festivals de musique [s] : un monde en mutations» Emmanuel Négrier, 2013
6. «Manchester Attack: What we Know so far». BBC, June 2017: <http://www.bbc.com/news/uk-england-manchester-40008389>
7. «The Use of Technology to Enhance Music Festivals». Peter Rubinstein. March 2015. <http://www.youredm.com/2015/03/07/the-use-of-technology-to-enhance-music-festivals/>
8. Évaluation du Programme des manifestations touristiques de renom : https://www.ic.gc.ca/eic/site/ae-ve.nsf/fra/h_03423.html