



Un meilleur
environnement d'affaires
pour l'industrie des festivals
et événements majeurs :
Assurer la compétitivité
du Canada sur le
marché international

- **Les garder sécuritaires**
- **Soutenir leur croissance**
- **Miser sur la création**

*Un mémoire pour le Comité permanent des
Finances de la Chambre des Communes*

Consultation prébudgétaire

Juillet 2018

.....

FAME
FESTIVALS AND MAJOR EVENTS
FESTIVALS ET ÉVÉNEMENTS MAJEURS
CANADA

RECOMMANDATIONS POUR L'INDUSTRIE DES FESTIVALS ET ÉVÉNEMENTS MAJEURS

Recommandation 1 : Les garder sécuritaires

Que le gouvernement octroie **10 M\$** supplémentaires au Programme de financement des projets d'infrastructure de sécurité pour les collectivités à risque et élargisse l'accès à ce programme pour les festivals et événements majeurs.

> Ministère : Sécurité publique et Protection civile

Recommandation 2 : Soutenir leur croissance

Que le gouvernement institue un programme assorti de **20 M\$** par année visant spécifiquement la croissance des festivals et événements qui ont une capacité de générer plus d'activité touristique et économique.

> Ministères : Innovation, Sciences, Développement économique / Tourisme

Recommandation 3 : Miser sur la création

Que le gouvernement augmente le budget du volet Soutien à la programmation : Festivals artistiques et diffuseurs de saisons de spectacles professionnels du Fonds du Canada pour la présentation des arts de **20 M\$**; qu'il augmente le budget du programme Développement des communautés par le biais des arts et du patrimoine (Volet Festivals locaux) de **10 M\$**.

> Ministère : Patrimoine canadien

SOMMAIRE EXÉCUTIF

Cette proposition de créer un meilleur environnement d'affaires pour tous les festivals et événements majeurs s'appuie sur trois piliers qui aideront le Canada à être compétitif dans un marché international en croissance. Nous invitons le gouvernement du Canada à **les garder sécuritaires**, à **soutenir leur croissance** et à **miser sur la création**.

1) Sécurité : La menace terroriste ressentie partout dans le monde oblige les festivals et événements à prendre les mesures nécessaires, ce qui représente une augmentation significative des coûts, qui ne peuvent être défrayés par la commandite ou autrement.

2) Croissance et compétitivité : La disparition des commandites des tabatières et de programmes fédéraux — tout comme l'absence de sources dédiées de financement — a ralenti la croissance de l'industrie et affecté sa capacité de faire compétition à d'autres juridictions dans le monde afin d'attirer les touristes internationaux. Festivals et Événements Majeurs Canada (FAME) veut s'assurer que l'industrie soit en mesure d'attirer ces touristes dans un marché en pleine croissance.

3) Culture : Alors que le nombre d'événements au Canada s'est accru, les budgets des programmes qui bénéficient à l'industrie n'ont pas été augmentés depuis près de 10 ans. Cela crée une forte pression sur les programmes qui ne répondent plus à la demande.

En étant la seule organisation pancanadienne exclusivement constituée de festivals et événements au pays, FAME se fait la porte-parole de l'industrie. **Ceci étant, sa réflexion s'élargit à l'ensemble des festivals et événements, de toutes tailles et de partout.** Petits et grands événements sont tous également concernés par la croissance, la sécurité et la reconnaissance de leur apport à la vitalité culturelle.

FAME souhaite avoir la possibilité de compléter cette présentation en participant aux travaux du Comité. Puisque l'association est pancanadienne, elle pourra se rendre disponible là où le Comité le juge à propos. Merci de prendre en considération cette demande.



ENJEU 1 : Augmentation des coûts de sécurité

L'augmentation des coûts de sécurité étouffe budgétairement les festivals et événements.

- Dans l'ensemble, les chiffres révèlent qu'entre 2013 et 2017, les coûts de sécurité ont augmenté d'environ 60 % parmi les membres de FAME.
- Évidemment, ce rythme de croissance des frais de sécurité ne peut être soutenu par une hausse comparable des revenus. De plus, nombre d'événements sont présentés gratuitement au grand public (Place des festivals à Montréal, Gay Pride à Toronto, etc.)

RECOMMANDATION 1 : Les garder sécuritaires

- À l'instar du Programme de financement des projets d'infrastructure de sécurité pour les collectivités à risque, FAME évalue qu'il faudrait un programme qui permettrait de soumettre une partie des dépenses d'infrastructures, telles que des détecteurs de métal, des caméras et divers dispositifs. Devrait s'y ajouter un volet d'aide financière qui permettra aux organisateurs d'éponger une partie des coûts de main-d'œuvre en sécurité, particulièrement des agents.
- Ce programme financerait aussi les dépenses visant à contrer les cyberattaques qui touchent de plus en plus les serveurs et les systèmes de billetterie.
- FAME recommande d'élargir l'accès au programme existant (Programme de financement des projets d'infrastructure de sécurité pour les collectivités à risque) pour y inclure les festivals et événements, tout en prenant en considération leur réalité spécifique.



ENJEU 2 : Compétitivité internationale, iniquité dans l'industrie, croissance freinée et captation des revenus

A) Compétitivité internationale

- Il est pratiquement impossible de boucler le budget d'un événement ou d'un festival sans l'aide des gouvernements. Cela vaut partout dans le monde, à quelques exceptions près.
- En Europe, les gouvernements nationaux interviennent à des niveaux variables. Selon une étude publiée en 2013 et portant sur 347 festivals de musique, la part allait de 4,4 % en France, à 4,7 % en Suisse, jusqu'à 10,3 % en Suède, 13,8 % en Finlande, 22,7 % en Irlande et 29,8 % en Norvège. Là aussi, les régions, villes et autres instances interviennent.
- À 4 % chez les membres de FAME, le gouvernement du Canada fait moins que dans les autres pays pour lesquels nous disposons de données.
- Des millions de touristes internationaux se déplacent désormais en fonction d'événements et festivals. Au Québec seulement, on estime que 190 603 sont venus sur une année spécialement de l'extérieur pour participer à l'un des 17 événements d'une étude de KPMG. En moyenne, ces touristes dépensent 778,34 \$ lors de leur séjour. Ils ont ainsi laissé 148,4 M\$ d'argent neuf dans l'économie québécoise, dont près du quart en hébergement et le tiers en restauration.

B) Iniquité au sein de l'industrie

Les festivals et événements canadiens ne disposent pas du tout du même niveau d'aide publique, selon la province ou la ville où ils se situent. Les différences peuvent être très importantes.

- La part du montage financier assurée par les subventions du gouvernement du Canada étant relativement faible, ce sont les provinces, les villes et régions qui pallient.
- Alors que le gouvernement du Canada investit 7 M\$ par année pour la tenue du Grand Prix du Canada de Formule 1, l'ensemble du *membership* de FAME se partageait environ 4,5 M\$ par année de la part de Patrimoine canadien.

C) Croissance freinée

Les festivals et événements canadiens ne sont plus reconnus comme moteurs économiques et touristiques, en étant relégués, parfois, à des programmes à caractère culturel.

- Alors que se développe partout dans le monde une industrie événementielle importante, la croissance des festivals et événements canadiens est freinée par un sous-investissement chronique de la part du gouvernement du Canada, qui a mis fin en 2011 au Programme de manifestations touristiques de renom, d'Industrie Canada, lequel venait, lui, après le Programme de commandites. Ces deux programmes, mis sur pied après la loi antitabac, avaient pour but de contrer la crise de financement, tout en reconnaissant la valeur économique et touristique des événements.
- Constituant d'importants produits d'appel, parce qu'ils mettent au calendrier des événements et concrétisent de vagues intentions de voyage, les festivals et événements ne sont pas soutenus comme tel.



- Le tourisme international croît à rythme de 4 à 5 % par année jusqu'en 2030, selon l'Organisation mondiale du Tourisme. De plus en plus de touristes choisissent le Canada, mais il faut faire plus, pour maintenir la part de marché et l'accroître. Le Canada doit miser sur un potentiel inexploité.

D) Captation des revenus et dépenses

Les festivals et événements canadiens ne peuvent pour le moment pas compter sur un quelconque programme de « redistribution » du gouvernement du Canada, qui viendrait assurer qu'une part des revenus générés par leur activité les alimente et vienne « réparer » le modèle d'affaires imparfait à la base.

- Nombreux sont les festivals et événements qui comptent des volets gratuits ou qui sont entièrement sans frais (Fierté gay, les spectacles de la Place des Festivals à Montréal, etc.). Partout, les activités gratuites en extérieur nous définissent comme destination conviviale, chaleureuse et active auprès des touristes internationaux.
- 63,8 M\$: c'est le montant laissé en hébergement par l'ensemble de ceux qui sont venus principalement à destination (au Québec, dans ce cas) pour l'un des 17 événements de l'étude de retombées économiques (KPMG, 2018).
- 17,3 M\$: c'est le montant généré en taxes et impôts pour le gouvernement du Canada par l'activité des 17 événements de l'étude de retombées économiques (KPMG, 2018). C'est donc dire qu'ils génèrent 1,78 fois l'investissement fédéral (via Patrimoine canadien ou DEC), sans parler de l'effet sur l'emploi, l'économie et la culture.

RECOMMANDATION 2 : Soutenir leur croissance

En mettant en place un programme doté de 20 M\$ par année, spécifique aux festivals et événements dont la capacité de générer de l'activité touristique et économique est avérée ou prometteuse, le gouvernement du Canada contribuerait à accélérer leur croissance; il structurerait, à l'échelle du Canada, une véritable industrie et permettrait d'attirer plus de touristes internationaux.

- Le programme aiderait les événements qui attirent un grand nombre de visiteurs internationaux à maintenir et à améliorer leur attrait international. Il aiderait également les événements bien établis à l'échelle nationale à obtenir une renommée internationale. Au sein des plus petits événements, il constituerait une invitation à se surpasser et à atteindre une catégorie supérieure.
- On retrouverait parmi les objectifs généraux : augmentation de la fréquentation et de la portée géographique, augmentation des visites touristiques et des dépenses et amélioration de la qualité et de la durabilité des événements majeurs au Canada.
- 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, Indigenous Day Live, etc.).
- Au cours des années 2008-2009 et 2009-2010, le gouvernement du Canada, à travers le Programme de manifestations touristiques de renom, a investi quelque 50 M\$ par année dans les événements identifiés. Une évaluation concluait qu'il 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 ».
- Avec les études de retombées économiques, FAME est en mesure de mesurer la progression réelle des membres ou d'éventuels bénéficiaires du programme, disons aux trois ans.
- Ce programme pourrait être géré par les agences de développement régional dans tout le Canada.



ENJEU 3 : **Des programmes à Patrimoine canadien qui ne répondent qu'à une partie de la demande**

- À Patrimoine canadien, les budgets du Fonds du Canada pour la présentation des arts (Volet Soutien à la programmation : Festivals artistiques et diffuseurs de saisons de spectacles professionnels) et du programme Développement des communautés par le biais des arts et du patrimoine (Volet Festivals locaux) ne répondent plus depuis longtemps à la demande. Ce sont les deux principaux programmes qui servent les festivals et événements à l'échelle du Canada.
- Le budget du Fonds est gelé depuis 2008. Dans les cinq dernières années seulement, la demande s'est pourtant accrue de 30 %, ce qui fait qu'il y a un contingentement exagéré et une insuffisance des budgets.
- Le Fonds fait face à de nouvelles demandes chaque année et, dans ce contexte, les fonctionnaires peinent à établir des priorités. Ils doivent réduire les subventions de bénéficiaires existants. Presque tous ceux qui reçoivent plus de 30 000 \$ ou plus ont subi des réductions au cours des quatre dernières années. À moins que le budget du Fonds soit augmenté, cette tendance s'accroîtra.
- La hausse substantielle des budgets à Radio-Canada et au Conseil des arts du Canada n'a aucun impact positif sur les festivals et événements.
- Au sein du *membership* de FAME, pour les événements éligibles, les programmes de Patrimoine canadien octroient 4,5 M\$, ce qui est désormais moins que ce qu'il en coûte, au sein de l'association, en matière de sécurité.
- S'il s'agissait seulement d'indexer les montants de 2009-2010 au niveau d'aujourd'hui, en dollars constants, la hausse serait ici de 17 %, en partant.

RECOMMANDATION 3 : **Miser sur la création en augmentant de 20 M\$ le budget du volet Soutien à la programmation : Festivals artistiques et diffuseurs de saisons de spectacles professionnels du Fonds du Canada pour la présentation des arts et en haussant le budget du programme Développement des communautés par le biais des arts et du patrimoine (Volet Festivals locaux) de 10 M\$.**

- Un Canada Créatif repose sur trois piliers, dont l'un est d'investir dans les créateurs et les entrepreneurs culturels et leurs idées. Dans le monde des festivals, ceci inclut tous les professionnels qui contribuent au contenu, qu'ils soient artistes, diffuseurs ou metteurs en scène.
- Un deuxième pilier du Canada Créatif est de promouvoir la découverte et la distribution de contenu canadien sur les marchés national et international. Le gouvernement fédéral peut utiliser les festivals en tant que moyens de mettre la lumière sur la culture pour le public d'ailleurs. Ils deviennent ainsi une source d'exportation culturelle, vecteurs de diversité culturelle et mettent en valeur l'expression artistique de langue française.