

UN PLAN

pour créer un **MEILLEUR** environnement d'affaires
pour **TOUS** les festivals et événements au Canada



Les garder
sécuritaires



Soutenir leur
croissance



Miser sur la
création

AOÛT 2018

FAME
460, rue Ste-Catherine Ouest, bureau 710
Montréal (Québec) H3B 1A7

(514) 419-3604
fame-feem.ca
info@remi.qc.ca

Martin Roy
Directeur général
remi@remi.qc.ca

Catherine Tremblay
Chargée de projets
info@remi.qc.ca

FAME
FESTIVALS AND MAJOR EVENTS
FESTIVALS ET ÉVÉNEMENTS MAJEURS
CANADA



MESSAGE DU DIRECTEUR GÉNÉRAL

Crédit photo : Winnipeg Fringe Festival



Les festivals et événements sont au cœur de l'identité des Canadiens et Canadiennes et font partie intégrante de leur mode de vie, en plus d'être, pour les touristes internationaux, autant d'occasions de rencontrer les gens d'ici, leur culture, et de laisser derrière eux d'importantes retombées économiques.

Cela dit, depuis un certain nombre d'années, pour les festivals et événements, les problèmes se multiplient sur la voie du succès. La disparition des commandites des tabatières, autour de 2000, puis du Programme de manifestations touristiques de renom, en 2011, a fragilisé les événements, qui avaient pourtant pu compter sur d'importantes ressources à travers ces outils. De plus, les budgets de Patrimoine canadien n'ont pas été augmentés depuis près de 10 ans, ce qui fait que les programmes qui bénéficient aux événements sont sous haute pression et ne répondent plus à la demande, alors que le nombre d'événements a crû. Pour ajouter à cela, la menace terroriste qui pèse sur une bonne partie du monde contraint les festivals et événements à prendre des mesures nécessaires, qui représentent d'importants coûts.

Voilà pourquoi aujourd'hui Festivals et Événements Majeurs Canada (FAME) propose au gouvernement fédéral une vision, une proposition globale pour créer un meilleur environnement d'affaires et ramener les festivals et événements en mode de plus forte croissance.

Cette proposition s'articule autour de trois piliers et invite le gouvernement canadien à soutenir leur croissance, à les garder sécuritaires et à miser sur leur créativité.

Festivals et Événements Majeurs Canada étant la seule organisation pancanadienne exclusivement constituée de festivals et événements au pays, il est normal qu'elle se fasse la porte-parole de l'industrie. Ceci étant, sa réflexion s'élargit à l'ensemble des festivals et événements, de toutes tailles et partout, membres ou non. Petits et grands événements sont tous également concernés par la croissance, la sécurité et la reconnaissance de leur apport à la vitalité culturelle.

D'un strict point de vue économique, il n'y a pas de raison d'attendre. Les festivals et événements sont payants. La démonstration a été faite et refaite. Mais le problème de l'industrie événementielle sera réglé une fois pour toute le jour où tous ceux qui profitent des retombées vont accepter d'en remettre une partie, aussi petite soit-elle, pour que la roue tourne. Il faut faire en sorte qu'arrive enfin le moment où les gouvernements, à tous les paliers, du municipal au fédéral, vont pleinement et justement jouer un rôle de redistributeurs, à leur échelle.

Au nom de FAME et de ses membres, mais aussi au nom de l'ensemble des festivals et événements canadiens, peut-on le croire, j'offre au gouvernement du Canada un partenariat gagnant pour tous.

MARTIN ROY



QUI SOMMES- NOUS ?

Crédit photo : Rogers Cup



FESTIVALS AND MAJOR EVENTS FESTIVALS ET ÉVÉNEMENTS MAJEURS

CANADA

Festivals et événements Majeurs (FAME) est une association pancanadienne représentant les festivals et événements majeurs.

FAME vise :

- À faire davantage connaître l'importance de l'industrie des festivals et des événements canadiens en tant que moteur économique, secteur clé d'exportation, de croissance et de développement;
- À être le porte-parole reconnu du secteur des festivals et des événements à l'échelle du Canada pour les partenaires, les gouvernements, le grand public et, pour l'industrie, devenir un lieu d'échange et de concertation en matière d'excellence opérationnelle et de qualité de produits;
- À publier des données économiques et des résultats de recherche qui mettent en évidence l'importance du secteur des festivals et des événements canadiens et présenter des analyses comparatives de la place concurrentielle qu'occupe le Canada à l'échelle internationale dans ce secteur en croissance;
- À obtenir une amélioration des politiques et du financement publics à l'intention des festivals et des événements majeurs;
- À travailler de concert avec les gouvernements et divers organismes de l'industrie dans le but d'accroître la prospérité économique du Canada.

Des appuis de partout au Canada

Des dizaines de villes, associations, festivals et événements ont manifesté leur appui à FAME dans sa campagne pour obtenir du gouvernement du Canada un programme dédié à la croissance des grands festivals et événements.

Ils ont fait parvenir des lettres à la **ministre du Patrimoine canadien** en défendant l'idée d'un fonds qui viendrait soutenir le développement de l'industrie, l'amélioration de l'expérience des festivaliers, de même que l'introduction d'innovations, de nouvelles mesures de sécurité et d'initiatives de développement durable.

Parmi les signataires de lettres, on retrouve de grands joueurs de l'industrie touristique au Canada tels que la **Tourism Industry Association of British Columbia**, l'**Alliance de l'industrie touristique du Québec**, la **Tourism Industry Association of New Brunswick** et la **Tourism Industry Association of Ontario**. S'ajoutent aussi la **Manitoba Hotel Association**, l'**Ontario Restaurant Hotel & Motel Association**, l'**Association des hôtels du grand Montréal**, **Montréal International** et **Tourisme Montréal**.



L'appui aux événements fait l'unanimité parmi les partis fédéraux



Le gouvernement du Parti conservateur a mis en place le **Programme de manifestations touristiques de renom** (près de 100 M \$ sur 2009-2010 et 2010-2011) et en a fait une évaluation positive. « Les activités du PMTR à l'appui des projets ont contribué à l'obtention des résultats escomptés du programme et créé d'autres retombées positives pour les bénéficiaires. »



Extrait d'une lettre de 2015 du Nouveau Parti démocratique : « Un gouvernement NPD étudiera la possibilité de la mise sur pied d'un **programme spécifique afin de soutenir l'industrie des événements majeurs internationaux**. Un gouvernement néo-démocrate travaillera avec l'industrie afin de trouver les meilleures avenues pour soutenir sa croissance. »



Extrait d'une lettre de 2015 du Bloc québécois : « Le Bloc croit que le gouvernement fédéral doit contribuer afin de **faciliter l'organisation d'événements majeurs**. Le gouvernement a négligé Montréal au détriment d'autres villes au courant des 20 dernières années. Il est grand temps que la métropole québécoise puisse retrouver la place qu'elle mérite dans l'ordre des priorités du gouvernement fédéral. »



Dans une lettre de 2015, le Parti libéral du Canada indique : « Notre parti et notre chef, Justin Trudeau, sont fermement décidés à appuyer l'industrie culturelle, y compris les **festivals de grande ou moins grande envergure**. Nous comprenons l'importance de pouvoir compter sur un financement fiable, octroyé à l'avance, pour planifier à longue échéance des événements majeurs. Nous reconnaissons la valeur de tout ce qu'apportent ces festivals au pays. En plus de stimuler l'économie et de fournir des emplois aux Canadiens, ils contribuent à préserver et à promouvoir la culture canadienne, en mettant en lumière l'identité canadienne et en veillant à ce que nous nous souvenions que ce qui nous lie en tant que nation est bien plus fort que nos différences et nos divisions. Un gouvernement libéral sera prêt à travailler avec les intervenants (...) pour assurer que les programmes du Patrimoine canadien sont efficaces et pratiques. »

MEMBRES DE FAME

(au 1^{er} août 2018)

- COLOMBIE-BRITANNIQUE

Vancouver International Wine Festival
- ALBERTA

Edmonton Heritage Festival
- MANITOBA

Folklorama

Winnipeg Fringe Festival
- ONTARIO

Beaches International Jazz Festival

Ottawa Bluesfest

OPG Winter Festival of Lights

Redpath Waterfront Festival

Rogers Cup (Toronto)

TD Ottawa International Jazz Festival

Toronto Caribbean Carnival

Toronto International Film Festival
- QUÉBEC

ComédiHa! Fest

Festival d'été de Québec

Festival International de Jazz de Montréal

Festival Juste pour rire

Festival de montgolfières de Gatineau

Festival Montréal en Lumière

Festival Western de St-Tite

Fêtes de la Nouvelle-France

Fierté Montréal

Franco de Montréal

International de montgolfières de Saint-Jean-sur-Richelieu

Montréal Complètement Cirque
- NOUVEAU-BRUNSWICK

Harvest Jazz & Blues Festival



FAME travaille étroitement avec le **RÉMI**, une association québécoise d'événements majeurs internationaux regroupant **27 membres actifs** et **6 membres affiliés**. Ensemble, FAME et le RÉMI regroupent près de **50 membres différents** à travers le Canada.

« Le gouvernement du Canada est d'avis que ces activités représentent d'importants moteurs économiques contribuant au dynamisme de l'industrie touristique, à l'essor de nos communautés et à la création d'une société ouverte et de cohésion. Les festivals jouent également un rôle important en valorisant la diversité des artistes canadiens au pays et à l'étranger, ce qui dénote un engagement majeur du cadre stratégique du Canada créatif. »



Crédit photo : Chris Empey Photography



QUELS SONT LES PROBLÈMES DE L'INDUSTRIE ?

Crédit photo : Festival d'été de Québec



Enjeu 1

Coûts de sécurité

- S'il n'y a heureusement pas lieu d'être alarmiste pour le moment vis-à-vis de la menace terroriste elle-même, il y a de quoi **s'inquiéter des répercussions qu'a cette nouvelle réalité** sur le budget des festivals et événements.
- Dans l'ensemble, les chiffres des membres révèlent qu'entre 2013 et 2017, **les coûts de sécurité ont augmenté d'environ 60 %** parmi les membres du RÉMI et de FAME. Un membre souligne qu'ils ont chez lui été **multipliés par 10**. En 2016, le Edmonton Heritage Festival rapportait même que, sur une décennie, ses dépenses de sécurité avaient été **multipliées par 60**, passant de **4000 \$ à 240 000 \$** annuellement.

- Évidemment, ce rythme de croissance des frais de sécurité **ne peut être soutenu** par une hausse comparable des revenus, alors que beaucoup de rassemblements se font gratuitement tant sur la Place des festivals à Montréal, que dans les rues de Toronto, à l'occasion du Gay Pride ou du TIFF, par exemple.

La croissance des coûts de sécurité est telle qu'elle étouffe désormais financièrement les festivals et événements.

Manchester Arena, Le Bataclan, Route 91 Harvest Festival et plus : un historique des concerts marqués par des tragédies

The Altamont Speedway Free Festival, 6 décembre 1969

Désastre au concert de The Who, 3 décembre 1979

Roskilde Festival, 30 juin 2000

Incendie, boîte de nuit The Station, 20 février 2003

Fusillade, Dimebag Darrel, 8 décembre 2004

Effondrement de scène, Sugarland Indiana State Fair, 13 août 2011

Pukkelpop Festival, 18 août 2011

Effondrement de scène, Radiohead, 16 juin 2012

Effondrement d'une grille de ventilation, K-pop, 17 octobre 2014

Incendie, boîte de nuit roumaine, 30 octobre, 2015

Fusillade, Bataclan, 13 novembre 2015

Fusillade, boîte de nuit Pulse, 12 juin 2016

Attentat à la bombe, Manchester Arena, 22 mai 2017

Route 91 Harvest Festival, 1^{er} octobre 2017

Les changements apportés à la sécurité dans les concerts après les événements tragiques de 2017 dans le monde du spectacle (Billboard magazine)

« Les marges sont si petites que ça ne vaut plus la peine », ajoute le fondateur du Vans Warped Tour, Kevin Lyman, qui a annoncé en novembre qu'il mettra fin en 2018 à la tournée punk-rock, après 25 ans.

Revue de presse sur la sécurité disponible en complément



« Les festivals et événements sont généralement bien préparés pour gérer des situations d'urgence communes et prévisibles (enfant manquant, urgence médicale ou temps inclement). Le défi est de se préparer à gérer les situations d'urgence improbables et rares.

Dans les dernières années, nous avons vu survenir plus d'événements météo extrême et de la violence dans les festivals dans le monde. Cela a rendu les organisateurs sensibles au besoin d'être bien préparés au cas où leur événement deviendrait une cible.

Malheureusement, se préparer pour des scénarios rares, provoqués par des choses qui sont en dehors du contrôle des événements, peut devenir incroyablement coûteux. La plupart des festivals et événements ont des budgets limités et accroître ainsi les coûts de sécurité représente un défi qui met en cause leur situation financière et leur pérennité.

Étant donnée le rôle que jouent les festivals et événements pour rassembler les communautés lors de célébrations, il semble que ces coûts de sécurité visant à se préparer à des scénarios improbables ne devraient pas être assumés seulement que par les festivals eux-mêmes. »

- Dr Christine Van Winkle, Vice-présidente de la section canadienne de l'Association pour la recherche en tourisme



Solution 1

Festivals et événements : 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.

► Il pourrait aussi s'agir 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.

► Ceci vaudrait aussi pour les dépenses visant à **contrer les cyberattaques** qui touchent de plus en plus les serveurs et les systèmes de billetterie.

► 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, qui représentent à eux seuls **plus de 80 % des dépenses** en la matière.

MINISTRE RESPONSABLE DE REMPLIR L'OBJECTIF :



Ralph Goodale

Ministre de la Sécurité publique et de la Protection civile





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. Chez les membres de FAME, les revenus autonomes représentent environ **85 %** du montage financier, les **15 %** restants venant d'un mélange de subventions fédérales, provinciales, municipales ou régionales.
- 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.
- Alors que les 347 différents festivals de musique européens étudiés reçoivent des fonds publics à hauteur de **45 %**, tous paliers confondus, ceux du Canada en sont à **15 %**. En Espagne, c'est **53,5 %**, en Finlande **30 %**, en France **47 %**, en Hongrie **28 %**, en Italie **43 %**. Au Royaume-Uni, la part des revenus publics des membres de la British Arts Festivals Association **atteint 28 %**, soit **13 %** du Conseil des arts et **15 %** des autorités locales.
- Les Américains soutiennent aussi leurs festivals et événements. Les régions et villes qui se démarquent à l'international, tel que Austin et le Texas, par

exemple, avec SXSW ou Austin City Limits, ont mis des ressources pour y arriver. Le Event Trust Fund au Texas est pourvu de **27,9 M\$ US** par année, alors que la Ville de Austin injecte **8,9 M\$ US** par année.

- Des millions de touristes internationaux se déplacent désormais en fonction d'événements et de 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.

Les festivals et événements canadiens ne se battent pas à armes égales pour attirer cette clientèle internationale, la plus payante d'entre toutes pour l'économie et les gouvernements.

B) Iniquité intra-Canada

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, comme elles le peuvent et à des niveaux très variables, ce qui introduit une iniquité parmi les événements, en fonction de leur localisation.
- Au Québec et en Ontario, par exemple, des programmes

provinciaux structurés et dotés de budgets importants, viennent reconnaître la valeur touristique, économique et culturelle des festivals et événements. Ainsi, le **Programme d'aide financière aux festivals et événements touristiques**, au Québec, et **Fêtons l'Ontario**, en Ontario, consacrent quelque **20 M\$** par année. Dans d'autres provinces, l'aide est plus limitée mais des efforts sont consentis à travers, par exemple, le **Programme d'événements communautaires** au Nouveau-Brunswick, le **Festivals and Events Funding** à l'île du Prince Édouard, le **Festival and Event Program**, en Nouvelle-Écosse, ou encore le **Tourism Events Program**, en Colombie-Britannique, créé justement pour soutenir les événements qui peuvent attirer plus de visiteurs dans la province.

- Les agences régionales de développement économique ne contribuent pas aux festivals et événements, sauf au Québec, où Développement économique Canada reconnaît la valeur touristique et économique de l'industrie. Ceci dit, DEC soutient principalement la commercialisation à l'étranger et peu le développement du produit lui-même. C'est à cet égard que les besoins sont criants. Avant de vendre un produit, il faut le faire. D'une région à l'autre au Canada, notamment à cause de l'intervention limitée des agences sauf au Québec, l'aide du gouvernement du Canada est très variable.
- 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

- Alors que se développe partout dans le monde une industrie événementielle importante et florissante, 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, qui aurait privé les événements de près de **60 M\$** en commandites, au tournant des années 2000, tout en reconnaissant leur valeur économique et touristique.
- 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 va croître 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. Il y a un potentiel inexploité.

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

D) Captation des revenus et dépenses

- Les festivals et événements ne touchent **qu'une partie** des dépenses qu'ils suscitent et c'est encore plus vrai lorsqu'ils sont gratuits.
- Nombreux sont les festivals et événements qui comptent des **volets gratuits** ou qui sont **entièrement sans frais**, qu'on pense aux activités présentées dans les Fiertés gay, les spectacles de la Place des Festivals à Montréal, les activités dans la rue à Toronto, au moment du TIFF, par exemple. 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 par l'activité des 17 événements de l'étude de retombées économiques (KPMG, 2018) à partir d'un investissement de **9,7 M\$** du gouvernement du Canada. Sur la même année fiscale, c'est donc dire qu'ils génèrent **1,78** fois la mise, sans parler de l'effet sur l'emploi, l'économie et la culture.

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.

Étude de KPMG sur l'impact économique de 17 événements majeurs internationaux canadiens disponible en complément



Solution 2 Soutenir leur croissance

En mettant un programme spécifique aux festivals et événements dont la capacité de générer de l'activité touristique et économique est avérée ou prometteuse, le gouvernement du Canada viendrait régler une bonne part des problèmes identifiés dans cette section et contribuerait à accélérer leur croissance, tout en structurant, à l'échelle du Canada, une véritable industrie.

► Le programme aiderait 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. Au sein des plus petits événements, il constituerait une invitation à se surpasser et à atteindre une catégorie à définir en fonction des ressources (budget d'opération annuels supérieurs à **500 000 \$** ou à **1 M \$**, par exemple).

► À cet effet, FAME propose la création, au sein de l'éventuel programme, de deux « volets », un pouvant répondre aux besoins des plus grandes organisations, l'autre à ceux des plus petites. À supposer, par exemple, qu'on crée un « Niveau 1 » destiné aux grandes organisations, avec un budget de plus de **3 M \$** par année et un achalandage supérieur à **250 000**, on pourrait en concevoir un, le « Niveau 2 » pour celles de **1 M \$** à **3 M \$** (ou même à compter de **500 000 \$**). La répartition proposée pourrait être d'environ **55 %** dans le premier volet, de **45 %** dans le deuxième.

► 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.

► Ce programme pourrait être géré par les **agences de développement régional** dans tout le Canada. Au cours de discussions préliminaires, Destination Canada s'est montré intéressé à le recevoir, s'il est créé.

► 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.).

► 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. En tenant compte de l'inflation et de l'investissement fait par le gouvernement du Canada au Grand Prix de Formule 1, à Montréal, de **7 M \$** par année, il est réaliste de parler,

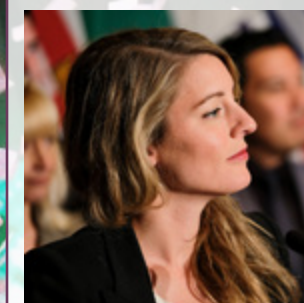
pour l'ensemble du Canada, de **45 M \$**. FAME suggère un budget de **20 M \$** à sa première année, avec l'objectif de l'augmenter dépendant des résultats.

► En 2011, dans son évaluation du Programme de manifestations touristiques de renom, 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 ».

► 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, comme c'est le cas pour les événements ayant un budget de plus de **6 M \$** au Québec et qui bénéficient du Programme d'aide financière aux festivals et événements touristiques. L'obligation de mesurer les retombées économiques avec une méthodologie reconnue et proposée par le gouvernement du Québec est déjà faite, au Québec, aux événements ayant un budget de plus de **6 M \$**.

► À preuve, cette expérience menée au Festival international de Jazz de Montréal, où on a fait une étude en 2016 et l'une en 2017. Avec un apport en subventions montréalaises, québécoises et canadiennes de **4 M \$**, l'événement a produit en 2016 **39,1 M \$**. En 2017, des contributions supplémentaires du Fonds Canada 150 et de la Société des célébrations du 375^e anniversaire de Montréal ont porté le total de subventions à **5,5 M \$**, ce qui a notamment permis de prolonger l'événement et, en conséquence, cela a généré des retombées accrues, de **48,5 M \$**. Ainsi, une hausse de **1,5 M \$** dans le budget a participé à engendrer **9,4 M \$** de plus, en retombées économiques.

MINISTRES RESPONSABLES DE REMPLIR L'OBJECTIF :



Mélanie Joly

Ministre du Tourisme, des Langues officielles et de la Francophonie



Navdeep Bains

Ministre de l'Innovation, des Sciences et du Développement économique



Pablo Rodriguez

Ministre du Patrimoine canadien et du Multiculturalisme

Crédit photo : Aaron Paul



Enjeu 3

Des programmes à Patrimoine canadien qui ne répondent qu'à une petite 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 nombre d'événements **a crû au pays** depuis la dernière augmentation. De grands rendez-vous ont vu le jour, qu'on pense seulement à Luminato, Montréal Complètement Cirque, OSHEAGA, Igloofest et d'autres ; alors que certains événements ont pris un véritable envol et n'ont pu être accompagnés. Selon Patrimoine, au cours des cinq dernières années, la demande a crû de 30 %.
- 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.

«Dire que le programme est contingenté et que nous sommes à court d'argent est un euphémisme : chaque année, nous essayons de trouver comment permettre à de nouveaux clients d'intégrer le programme, puisque personne ne pense que la meilleure façon d'avancer est de fermer la porte à de nouveaux adhérents. La situation est telle que notre seule option est de déterminer les priorités de financement et de réduire les sommes accordées à nos clients actuels. Presque tous ceux qui recevaient 30 000 \$ ou plus ont subi des coupures au cours des quatre dernières années et nous ne serons pas en position d'inverser la tendance à moins que nos budgets soient augmentés. Nous espérons voir une augmentation dans le dernier budget fédéral, mais malheureusement, ça n'a pas eu lieu»

– Un gestionnaire du Fonds du Canada pour la présentation des arts



Solution 3

Festivals et événements : miser sur la création

Miser sur le Canada créatif en ajoutant 30 M \$* au budget du Fonds du Canada pour la présentation des arts – dont 20 M \$ au Volet Soutien à la programmation : Festivals artistiques et diffuseurs de saisons de spectacles professionnels) – et en haussant de 10 M \$ le budget du programme Développement des communautés par le biais des arts et du patrimoine (Volet Festivals locaux).

1. Faire des festivals et événements de meilleurs tremplins pour la relève et un gagne-pain pour les artistes

- Ceci, considérant qu'*Un Canada créatif* repose sur trois piliers dont investir dans les créateurs et les entrepreneurs culturels — tous les professionnels qui contribuent à la création et à la production d'œuvres, soit les artistes, les auteurs, les producteurs et les réalisateurs — et leurs récits et que la priorité est d'investir dans ces créateurs et entrepreneurs ainsi que dans leurs idées.
- Les festivals et événements servent de tremplin pour les nouveaux artistes et performeurs de toutes disciplines. Ils donnent une place importante à la relève.
- Au Festival d'été de Québec, par exemple, les artistes canadiens sont régulièrement invités à partager la scène avec de grandes vedettes.

2. Faire des festivals et événements des piliers structurants au sein de disciplines ou spécialités

- Pour le cirque, Montréal Complètement Cirque, qui agit comme vitrine de la discipline, non seulement à Montréal, mais au Canada et à l'International. Une vitrine pour les jeunes compagnies, les compagnies émergentes, comme pour les compagnies établies et renommées.
- Au Festival International de Jazz de Montréal, la mission même est d'«accroître le rayonnement de la musique jazz au niveaux régional, national et international par l'entremise d'une meilleure accessibilité aux publics québécois, canadiens et étrangers» et de «soutenir le développement artistique de la musique jazz et l'émergence de ses artistes, de même que favoriser la découverte, la promotion et le rayonnement des artistes d'ici». Les festivals de jazz, qu'ils soient à Vancouver (Vancouver International Jazz festival), Ottawa (Ottawa Jazz Festival), Toronto (Beaches International Jazz festival) ou Fredericton (Harvest Jazz and Blues Festival) partagent d'ailleurs les mêmes objectifs.
- Pour la musique, OSHEAGA est un des plus grands festivals internationaux du genre. Son objectif est notamment de faire découvrir des talents locaux et nationaux émergents, lesquels côtoient sur scène quelques-unes des plus grands artistes internationaux. Une récente programmation de **135** artistes comptait **48** groupes canadiens, dont **27** du Québec.
- Que serait le théâtre au Canada sans le rôle prépondérant du Stratford Festival et, dans une autre mesure, du Winnipeg Fringe Festival?

*Cette demande est également faite par la Coalition canadienne des arts et d'autres organismes.



Solution 3

Festivals et événements : miser sur la création



Crédit photo :
Vancouver Jazz Festival

3. Utiliser les festivals et événements en tant que moyen efficace pour faire rayonner la culture d'ici dans la presse étrangère, comme une vitrine internationale

- Ceci, en considérant qu'*Un Canada créatif* repose sur trois piliers dont promouvoir la découverte et la distribution de contenu canadien à l'échelle nationale et internationale.
- « Les Montréalais ont maintenant un nouveau problème : **une surabondance d'événements parmi lesquels choisir chaque année.** C'est une situation complexe avec laquelle les maires de plusieurs villes aimeraient composer. » (source : The Economist)
- « Mais l'identité distinctive des Québécois continue d'être forte : **les festivals célèbrent l'histoire de la province, des drapeaux à fleurs de lys bleu et blanc flottent au-dessus de ses villes, et le français est couramment parlé.** » (source : CNN)
- « Après environ une journée au Festival d'été, il est devenu évident que la véritable tête d'affiche du festival était la ville de Québec. À peu près tout de cet événement gigantesque est conçu pour **mettre en valeur la culture québécoise** et injecter des dollars touristiques dans l'économie locale. » (source : Noisy/Vice)
- Pas moins de **178** journalistes accrédités à OSHEAGA représentant près de **150** médias différents. Résultat : **1033** articles. Au Festival International de Jazz de Montréal, on comptait **331** journalistes et professionnels accrédités, pour **4416** articles dans les médias. **Seize** médias français et belges représentés aux FrancoFolies de Montréal en 2017.

4. Utiliser les festivals et événements en tant que moyen efficace pour faire rayonner la culture d'ici auprès d'un nouveau public international

- Constitué d'une part importante de touristes internationaux, le public des festivals et événements se voit proposer de nouveaux artistes d'ici. Cette part a été estimée à **14 %** chez les **17** festivals et événements faisant l'objet d'une étude réalisée par KPMG, publiée en 2018.
- À titre d'exemple, au Festival International de Jazz de Montréal : **36 823** touristes américains et **42 320** touristes d'autres pays sur un total de **549 603** participants. Autant de personnes exposées aux artistes d'ici.
- À travers les grands rendez-vous du cinéma que sont le TIFF et le Festival du nouveau cinéma, des productions canadiennes sont présentées à un public international important.
- Deux tiers des festivaliers présents à OSHEAGA sont de l'extérieur du Québec. Et ce sont ces gens qui découvrent des artistes comme Peter Peter, Ariane Moffat, Half Moon Run, Dead Obies, Jimmy Hunt, The Barr Brothers, Cœur de Pirate, etc. Les listes de lecture proposées en lien avec la tenue de festivals, par exemple sur Spotify, permettent de donner une visibilité importante aux artistes canadiens.

5. À travers les festivals et événements, soutenir le développement de l'expertise des artisans, pour d'importantes retombées professionnelles

- Les techniciens et entreprises qui travaillent dans l'industrie événementielle ici développent une expertise qu'ils amènent dans le monde, à Las Vegas, aux Jeux olympiques et dans les spectacles en tournée, notamment ceux du Cirque du Soleil.

6. Faire des festivals et événements une source d'exportation culturelle

- Le Groupe Sensation Mode, qui a développé ici le concert de Festival Mode et Design, développe maintenant des concepts pour d'autres événements dans le monde, tels qu'à Berlin et Londres.
- Juste pour rire et Just for Laugh ont désormais des événements en Australie, au Maroc et ailleurs dans le monde.
- Le montréalais Piknic Électronik est désormais présent à Dubaï, Melbourne et Santiago.

7. Faire rayonner la culture d'expression française à travers les festivals et événements

- Considérant qu'il incombe au gouvernement et aux organismes fédéraux de favoriser l'épanouissement des communautés minoritaires de langue anglaise et de langue française au Canada, et de promouvoir la pleine reconnaissance et l'usage du français et de l'anglais dans la société canadienne et qu'à cette fin le gouvernement continuera d'assumer cette responsabilité au moyen des initiatives proposées par *Un Canada créatif*.
- Quelque **70 %** de l'affiche du Festival d'été de Québec est occupée par les artistes canadiens, dont plusieurs émergents. Parmi eux, la place des artistes s'exprimant en français est très importante.
- La mission des Francos de Montréal est d'offrir une programmation entièrement francophone et « contribuer à la découverte des artistes francophones québécois, canadiens et étrangers.



Crédit photo : TD Ottawa International Jazz Festival



Solution 3

Festivals et événements : miser sur la création

8. Faire des festivals et événements des rendez-vous de l'industrie et des professionnels de partout, des portes ouvertes sur la planète

- Ceci, considérant cet extrait d'*Un Canada Créatif* : « Alors que les consommateurs ont accès à une quantité presque infinie de contenus, le contenu canadien doit attirer l'attention des publics d'ici et d'ailleurs. Pour ce faire, il doit être accessible sur les plateformes fréquentées par le public. Il doit se distinguer par des stratégies de commercialisation efficaces et affirmer sa présence et sa valeur sur les marchés internationaux. »
- Notre aide financière permettra aussi aux entrepreneurs de préparer des stratégies de commercialisation modernes et concurrentielles. Ainsi, la musique canadienne pourra se distinguer dans la masse des choix offerts aux auditeurs. »
- À travers les volets professionnels, les événements majeurs internationaux offrent de multiples occasions de réseautage, des conférences, des showcases.
- OSHEAGA est « LA » vitrine au Canada pour les agents et labels, avec la présence de plus de **350** professionnels de l'industrie musicale internationale et canadienne. En 2016, Sony a délégué **10** personnes de labels internationaux pour y faire du repérage d'artistes, ce qui profite grandement aux artistes locaux qui souhaitent avoir une carrière internationale.
- Le Festival de musique émergente d'Abitibi-Témiscamingue a développé de fructueuses relations avec une trentaine de festivals européens réunis dans l'association De Concert.
- Montréal Complètement Cirque est doublé du Marché international de cirque contemporain, un rendez-vous professionnel important dans le monde. Sa mission : faire connaître et rayonner la discipline à travers des showcases, des ateliers, conférences, rencontres de réseautage, etc.
- Considérant aussi cet extrait d'*Un Canada Créatif* : « Nous soutiendrons les artistes et les entrepreneurs du secteur canadien de la musique pour qu'ils percent sur le marché international, notamment par l'acquisition de compétences spécialisées en affaires, en promotion et en interprétation.

9. Faire des festivals et événements des outils de démocratisation de la culture

- Les principes d'accessibilité, au cœur de l'approche de la majorité des événements majeurs internationaux, permettent à l'ensemble des citoyens d'avoir accès à des programmations culturelles de qualité présentant des artistes d'ici et d'ailleurs. La gratuité d'une partie de la programmation (plus ou moins grande selon les événements) permet à des dizaines de milliers de personnes de découvrir le jazz, la musique francophone, la musique rock, alternative, émergente, les arts du cirque, le cinéma, etc.
- Pour plusieurs Canadiens, ce contact avec la culture, et tout particulièrement les arts de la scène, est l'un des seuls qu'ils peuvent avoir durant l'année. Qui plus est, dans plusieurs cas, ce contact permet d'initier des publics à une discipline. Le jazz, par exemple, s'est constitué un plus grand bassin d'adeptes à travers les festivals de jazz.



Crédit photo : Folklorama

10. Faire des festivals et événements des diffuseurs de diversité culturelle

- Considérant cet extrait d'*Un Canada Créatif* : « Nous adopterons une nouvelle approche stratégique pour les exportations culturelles. Comme il l'a fait par le passé, le Canada continuera de jouer un rôle de chef de file dans la promotion de la diversité des voix, tant au pays qu'à l'échelle mondiale »
- Des événements — comme Folklorama (Winnipeg), Rythmes du monde de Saguenay et Nuits d'Afrique — ont pour mission de faire découvrir le monde aux Canadiens, à travers la musique de partout.

11. Diffuser la culture sur l'ensemble du territoire à travers les festivals et événements

- Considérant cet extrait d'*Un Canada Créatif* : « Pour aider nos créateurs à promouvoir leur contenu partout dans le monde, et à conquérir une plus grande part du marché mondial, nous collaborerons avec de nouveaux intervenants pour veiller à ce que le contenu canadien continue de bénéficier d'un marché intérieur vigoureux. »
- L'événement le plus important de l'ouest de la Montérégie, attirant plus de **100 000** spectateurs. À Saint-Tite, Drummondville et St-Jean-sur-Richelieu, par exemple, des festivals et événements offrent une programmation riche et diversifiée.
- En dehors des grands centres, les événements majeurs internationaux comptent parmi les diffuseurs les plus importants, des carrefours de découverte. À Valleyfield, les Régates est
- Les festivals et événements contribuent à créer un lien social. C'est un véhicule de l'expression d'une relation entre l'identité, l'appartenance collective et le lieu.
- La réputation culturelle des villes repose en grande partie sur l'événement culturel.

12. Faire des festivals et événements un lieu de rencontre avec les cultures autochtones

- Considérant cet extrait d'*Un Canada Créatif* : « Nous adopterons aussi des mesures pour mieux aider les créateurs autochtones et les communautés de langues officielles en situation minoritaires à raconter leurs récits. »
- Une partie des fonds pourrait être dédiée à soutenir la croissance des plus grands festivals et événements autochtones au Canada (pow wow divers, Festival Présence autochtone).

MINISTRE RESPONSABLE DE REMPLIR LES OBJECTIFS :



Pablo Rodriguez

Ministre du Patrimoine canadien et du Multiculturalisme