

Mémoire présenté au Comité permanent des finances  
de la Chambre des communes

Consultations prébudgétaires

Août 2011

**Festivals and Major Events Canada (FAME)** est heureux d'avoir l'occasion de participer au processus de consultations publiques du Comité permanent des finances de la Chambre des communes en vue de la présentation du budget fédéral de 2011-2012. Le présent mémoire explique les recommandations de FAME, à savoir : créer un fonds d'investissement annuel de 50 millions \$ afin de financer les festivals et les grands événements au Canada, revoir le modèle de financement de la Commission canadienne du tourisme et entreprendre un examen complet de la structure de coûts des transporteurs aériens au Canada.

### **Qui nous sommes**

Organisme de défense appuyé par ses membres, FAME rassemble les connaissances et l'expérience des grands festivals et événements canadiens de renommée internationale. Par ses actions et son leadership, FAME veut mettre en valeur, auprès du gouvernement, des médias et du public, l'importance économique et sociale de ce secteur. Au moment de sa création, en 2010, notre association portait le nom de Coalition des festivals canadiens. Elle a été rebaptisée depuis afin d'incorporer un autre volet important de notre industrie, soit l'organisation d'événements internationaux d'envergure.

Le présent mémoire a pour but de sensibiliser les membres du comité à l'importance de l'industrie des festivals et des grands événements pour l'économie canadienne, et à nos contributions accessoires à l'industrie touristique. Nos recommandations tiennent compte des défis et des possibilités auxquels est confronté notre secteur et cadrent avec les efforts que déploie le gouvernement pour augmenter les revenus par le truchement d'investissements stratégiques, l'adoucissement des taxes et l'allégement du fardeau de la réglementation et la recherche de moyens novateurs de raffermir la voix du Canada et d'accroître la compétitivité de notre pays sur les marchés internationaux.

### **Importance économique de l'industrie des festivals et des grands événements**

Selon une étude commandée en 2009 par la Canadian Festivals Coalition (maintenant appelée FAME), 15 des plus importants festivals et événements au Canada attirent **12 600 000 visiteurs chaque année, contribuent pour 650 millions de dollars** en PIB aux économies locales et fournissent l'équivalent de **15 600 emplois à l'année** dans tout le pays.

Ces retombées économiques substantielles viennent autant des dépenses d'exploitation que des dépenses touristiques estimées à **1,1 milliard de dollars par année**. L'analyse a également déterminé que les dépenses d'exploitation et touristiques relatives à ces événements génèrent approximativement **260 millions de dollars en recettes fiscales** pour les trois ordres de gouvernement.

Cette analyse a été effectuée par Enigma Research, qui s'est servie des évaluations des retombées économiques réalisées par les grands événements, comme l'exige le Programme des manifestations touristiques de renom (PMTR) d'Industrie Canada. Les organisateurs de chaque événement font des sondages sur place en plus d'employer d'autres méthodes quantitatives pour mesurer avec précision l'assistance et calculer les dépenses des touristes qui y participent.

Les 15 événements qui ont fait l'objet de l'analyse sont les suivants : l'Exposition nationale canadienne, le Carnaval de Québec, le Festival de Charlottetown, le Festival d'été de Québec, Les FrancoFolies de Montréal, Luminato, le Festival International de Jazz de Montréal, le Festival Juste pour rire de Montréal, le Cisco Ottawa Bluesfest, la Pacific National Exhibition, la Royal Agricultural Winter Fair, le Festival Shaw, le Festival de Shakespeare à Stratford, le Festival international du film de Toronto et le Festival international de jazz de Vancouver.

### **Dans les coulisses**

Les festivals et les grands événements internationaux sont de puissants moteurs économiques dans la nouvelle économie; à l'intérieur d'une industrie touristique internationale des plus compétitives, ils offrent au voyageur averti une programmation incontournable de haut calibre. De plus, derrière la scène et la programmation se retrouvent des centres d'innovation en plein essor, et fleurissent la créativité et le commerce. Des événements comme le Festival international du film de Toronto et le Stampede de Calgary dépassent la simple programmation du festival; ils sont la pièce maîtresse de l'activité commerciale dont profite une industrie canadienne tout entière.



Profil du membre :

*Le Festival international du film de Toronto (FIFT) est l'un des événements les plus prestigieux et les plus prospères du Canada; il attire des milliers de touristes qui y viennent pour assister à des projections et avoir la possibilité de rencontrer leurs idoles. Mais la plupart des Canadiens ne savent pas que, derrière les caméras et le tapis rouge, le FIFT représente pour l'industrie du cinéma, au Canada et à l'étranger, l'un des forums commerciaux les plus importants. Selon l'étude des retombées économiques que le festival a réalisée en 2009, le FIFT génère une activité économique totalisant plus de 105 millions de dollars. De ce chiffre, 11 millions de dollars sont attribués aux dépenses touristiques directes, plus de 20 millions de dollars, aux dépenses d'exploitation du festival, et 16 millions de dollars aux représentants de l'industrie cinématographique et aux médias de partout dans le monde, qui assistent à l'événement. On prévoit que les relations d'affaires développées au FIFT généreront une activité économique équivalant à 57 millions de dollars supplémentaires.*

### **Recommandation 1**

Festivals and Major Events Canada (FAME) recommande que le gouvernement fédéral rétablisse ses investissements afin d'appuyer les possibilités de développement économique du secteur des festivals et grands événements du Canada en créant un fonds d'investissement permanent de 50 millions de dollars, qui serait administré annuellement par Industrie Canada. Après avoir été mis en œuvre sous forme de projet pilote, le Programme des manifestations touristiques de renom (PMTR) a donné aux administrateurs de festivals et d'événements et aux représentants du gouvernement la possibilité de mieux comprendre la culture organisationnelle de chacun et de jeter les bases d'économies futures.

Nous croyons qu'un nouveau programme de fonds de contrepartie fédéraux, assorti de ressources provenant du secteur privé, sera un catalyseur de la croissance sectorielle, dont profiteront grandement les Canadiens. Le programme de financement idéal comprendra :

- Un investissement annuel de 30 millions de dollars pour les festivals et événements internationaux d'envergure au Canada, qui sera accordé selon des critères économiques fondés sur le mérite et ne sera pas soumis à des quotas et des restrictions régionaux.
- Une allocation annuelle de 20 millions de dollars pour financer les festivals et événements émergents et régionaux, accordée en fonction de critères économiques empiriques et assujettie à des considérations régionales.
- Une collaboration avec l'industrie afin de perfectionner l'application, la qualification et les méthodes de versement, en se fondant sur les succès du PMTR et les défis auxquels il est confronté, et en tenant compte des réalités opérationnelles du secteur.
- Un financement de projet pluriannuel afin de maximiser les possibilités de développement de produit et le rendement du capital investi.

Les investissements fédéraux au Programme des manifestations touristiques de renom (PMTR) a permis aux grands festivals du Canada de profiter d'autres partenariats, développer la commercialisation de leurs événements et de développer leur programmation, ce qui a eu comme résultat d'attirer des foules plus nombreuses et de prolonger le séjour des visiteurs. Ces investissements ont contribué directement à l'accroissement de la participation aux festivals et aux événements, et à l'augmentation des activités commerciales locales et des recettes fiscales pour tous les ordres de gouvernement.

### **Rôle du financement fédéral**

Les grands festivals et événements au Canada reçoivent, du secteur public, un soutien financier de beaucoup inférieur à celui que reçoivent leurs concurrents internationaux. Nos membres doivent donc, pour améliorer leur programmation et développer la commercialisation de leurs événements, chercher constamment de nouvelles façons de se financer et des commanditaires.

Au fil des années, la plupart de nos membres ont vu le financement fédéral comme un pourcentage de la baisse du

budget de fonctionnement total. Afin de mieux comprendre l'historique de l'aide fédérale, il est important de se rappeler que l'interdiction imposée par le gouvernement fédéral en 1997 de faire de la publicité sur les produits du tabac a eu un effet néfaste sur la capacité des festivals et des événements à obtenir du financement au moyen de commandites du secteur privé. Bien que cette loi ait reçu l'appui vaste et général de la société, pour qui la santé est une préoccupation majeure, cette décision a fait subir à l'industrie des festivals et des événements des pertes annuelles de 50 millions de dollars. Ajoutons à cela le « scandale des commandites » qui, même s'il a été causé par les actes répréhensibles commis par des intermédiaires, a entraîné l'annulation de programmes d'aide fédérale, qui octroyaient de 30 à 50 millions de dollars par année aux festivals et aux événements. Dernièrement, le Programme des manifestations touristiques de renom (PMTR) d'Industrie Canada a fourni un fonds de stimulation de deux ans, qui a pris fin en 2010.

### **Pourquoi financer des événements et des festivals qui ont du succès?**

Les festivals et événements d'envergure organisés au Canada sont parmi les meilleurs au monde. Mais dans la mentalité canadienne, le secteur public ne devrait financer que ceux qui sont sans ressources et essaient de percer. Le succès ne doit pas nier la *nécessité* d'une aide gouvernementale sous forme d'investissements. En fait, nous croyons que le gouvernement devrait faire des investissements à faible risque et à haut rendement, qui généreront des revenus à court terme et aideront le gouvernement à rembourser progressivement la dette.

Bien que la plupart des festivals et grands événements canadiens n'aient pas à craindre la faillite sans financement fédéral, ils n'atteindront pas leur plein potentiel pour se distinguer, par leur programmation, à l'échelle internationale, pas plus qu'ils développeront la commercialisation de leurs activités de façon à attirer de nouveaux clients et exporter leurs revenus, pour ainsi, maximiser leur impact économique. En fournissant les capitaux d'amorçage nécessaires pour mettre en place des initiatives qui augmentent les recettes gagnées et attirent de nouveaux commanditaires, des programmes comme le PMTR ont accru la réussite de nos événements.

L'année 2011 sera difficile. Une combinaison de facteurs – la vigueur du dollar canadien, le prix élevé de l'essence et l'incertitude économique persistante aux États-Unis et en Europe – décourage les voyageurs de l'étranger à venir au Canada et fait s'essouffler les recettes au guichet. Le financement du PMTF a cessé en 2010, laissant peu d'options à nos membres pour augmenter leur présence sur les principaux marchés ou financer de nouvelles entreprises.

### **Comme l'argent serait-il dépensé?**

Nous sommes un secteur économique en pleine croissance, qui propose un produit reconnu mondialement et jouit du soutien assuré du secteur privé, et qui évolue dans des marchés internationaux extrêmement compétitifs. Nous ne demandons **pas** au gouvernement de subventionner nos budgets existants; nous recherchons plutôt une forme de capital de risque de la part du secteur public afin de tirer profit des fonds supplémentaires tirés des recettes gagnées et des commandites, de façon à faciliter une expansion progressive, ainsi qu'améliorer notre programmation et nos efforts de promotion.

Pour l'économie canadienne, les investissements dans notre secteur ont des effets de transit vastes et profitables, notamment sur le plan du transport, de l'accueil, de l'hébergement et de l'ensemble de l'industrie touristique.

Profil du membre :

*En 2010, le Stratford Shakespeare Festival a utilisé les fonds versés dans le cadre du PMTR pour intensifier ses activités de commercialisation et de promotion au Canada et aux États-Unis. Estimées à 139 millions de dollars, les répercussions économiques du festival ont produit 76 millions de dollars en recettes fiscales et fourni quelque 3 000 emplois à temps plein. On estime que chaque billet vendu au festival génère une activité économique équivalant à 270 dollars dans la région environnante. Quarante-vingts pour cent des personnes qui fréquentent le festival viennent de plus de 80 km de Stratford, dont 90 pour cent se déplacent précisément pour y assister.*

Grâce à des partenariats avec le secteur public et le secteur privé, les membres de FAME sont à même d'offrir une

programmation artistique et culturelle de renommée internationale dans des espaces publics ouverts. En donnant accès à nos événements à l'auditoire le plus vaste possible, nous accueillons des personnes qui, autrement, n'auraient pas eu les moyens de le faire, et inspirons la prochaine génération d'artistes, interprètes, innovateurs et entrepreneurs canadiens.

Profil du membre :

*En 2009, Luminato, Toronto Festival of Arts and Creativity, a utilisé les contributions du PMTR pour offrir une présentation publique gratuite de trois jours du Cirque du Soleil. Les performances, offertes toute la journée, ont animé sur un kilomètre le magnifique front de mer de Toronto et culminé avec des cérémonies de clôtures spectaculaires. Les performances de la dernière fin de semaine du festival ont attiré plus de 450 000 personnes.*

Plusieurs festivals et grands événements du Canada jouissent d'une reconnaissance internationale, qui rehausse la réputation du Canada, que l'on voit comme un pays moderne et évolué, et montre qu'il est urgent d'amener les vacanciers potentiels à venir visiter au Canada.

Profil du membre :

*Avec l'argent que lui a accordé le PMTR en 2009, au Festival Juste pour rire a pu ajouter un nouveau spectacle de la relève, appelé Chaos, qui s'inspire du très populaire festival d'Édimbourg, en Écosse. Le festival est diffusé à des millions d'adeptes de partout dans le monde, ce qui rehausse l'image du Canada à l'étranger et met en valeur le caractère urbain de Montréal et sa vibrante scène culturelle.*

### **Richesse pour les collectivités et compétitivité accrue à l'échelle mondiale**

L'économie mondiale actuelle crée un marché très compétitif, où les pays et les villes doivent s'efforcer d'attirer les entreprises, les investissements et les gens. La prospérité future du Canada dépend largement de la capacité d'attirer de nouveaux résidents et des investissements de partout dans le monde.

Bien qu'un certain nombre de facteurs économiques soient pris en considération, on observe une tendance croissante à mesurer la « vivabilité » ou la qualité de vie dans les grandes villes du monde entier. Certains index, comme ceux de Mercer et de The Economist, utilisent des critères tels la sécurité, l'éducation, l'hygiène, les soins de santé, la culture, l'environnement, les loisirs, la stabilité politique et économique et le transport en commun, afin de déterminer le rang des grandes villes.

Selon ces études, des villes canadiennes comme Vancouver, Calgary, Montréal, Toronto et Ottawa obtiennent une très bonne note. Chacune de ces villes a une vie artistique et culturelle vivante, animée notamment par des festivals et des événements d'envergure. Ces événements enrichissent la vie des collectivités où ils se tiennent, en donnant accès à une programmation de qualité supérieure, et générant une activité économique locale et régionale importante et en encourageant le bénévolat, tout en cultivant un sentiment de fierté dans la collectivité.

Les festivals et grands événements au Canada contribuent énormément à la qualité de vie dans nos grandes villes. Ils rehaussent la réputation du Canada à l'étranger, créent une demande chez les personnes qui projettent de visiter notre beau pays et aident à convaincre les personnes qui se déplacent à l'échelle de la planète de venir au Canada, pour travailler, se reposer et s'amuser.

### **Priorités de l'industrie touristique**

Festivals and Major Events Canada appuie les recommandations suivantes, lesquelles ont des répercussions importantes sur l'industrie touristique canadienne :

### **Financement de la Commission canadienne du tourisme**

La Commission canadienne du tourisme (CCT) est chargée de commercialiser le Canada à l'étranger. Elle rivalise

contre un marché touristique international qui vaut 3 milliards de dollars par jour.

Depuis pratiquement 10 ans, le financement de base de la CCT n'a cessé de diminuer; il sera de 72 millions de dollars en 2011-2012. C'est 27 p. 100 de moins que ce qu'il était en 2001. Par comparaison, aux États-Unis, la nouvelle organisation de commercialisation du tourisme aura un budget de fonctionnement évalué à 200 millions de dollars. Plusieurs autres pays investissent, eux aussi, de fortes sommes dans leurs organisations de commercialisation du tourisme national, laissant le Canada au vingtième rang, pour ce qui est du financement accordé aux organisations de commercialisation du tourisme national.

Pour réussir dans le marché extraordinairement compétitif actuel, le Canada ne peut compter sur ses seules ressources naturelles et attractions culturelles. S'il veut profiter du potentiel économique du tourisme international, il doit pratiquer un marketing compétitif et mettre en évidence l'image de marque du Canada en tant que destination touristique de choix.

### **Recommandation 2**

FAME recommande que le gouvernement fédéral revoie le modèle de financement de la Commission canadienne du tourisme, afin de fournir une base de financement compétitive et stable, de façon à commercialiser efficacement le Canada à l'échelle internationale.

### **Structure de coûts des transporteurs aériens**

L'année dernière, selon une récente enquête canadienne sur les intentions de voyage, 21 p. 100 des voyageurs d'agrément canadiens en 2010 se sont rendus en voiture aux États-Unis afin d'utiliser des billets d'avion moins coûteux pour voyager à l'intérieur des États-Unis ou ailleurs dans le monde. Cette « fuite » correspond à des millions de voyageurs canadiens qui estiment que les billets d'avion au Canada coûtent plus chers que ce qu'ils doivent dépenser au total pour se rendre en voiture aux États-Unis et y prendre l'avion à partir des aéroports de Buffalo, Détroit, Plattsburgh ou Bellingham, par exemple.

Cette tendance découle du fardeau de taxes et de frais que subit le secteur de l'aviation, ce qui décourage la compétition et fait monter les prix des billets d'avion, autant à destination du Canada qu'à l'intérieur du Canada. Location de terrains dans les aéroports, taux du Droit pour la sécurité des passagers du transport aérien, frais d'améliorations aéroportuaires, frais imposés par NAV CAN, paiements aux municipalités et taxe sur le carburant d'avion : tous ces frais s'accumulent dans le prix final du billet. Le financement des infrastructures et les politiques fondées sur le principe de l'utilisateur-payeur imposées par le gouvernement canadien ajoutent 160 \$ au coût d'un voyage outremer à destination du Canada, comparativement aux États-Unis, où le secteur de l'aviation évolue dans un environnement beaucoup plus favorable. Comparativement au reste du monde, la compétitivité de la structure de coûts des transporteurs aériens au Canada a été classée au 25<sup>e</sup> rang par le Forum économique mondial.

Le Canada est une destination où l'on doit se rendre par la voie des airs; la compétitivité des prix est donc essentielle pour attirer des visiteurs. Le prix d'un vol à destination du Canada doit être comparable, ou inférieur, à celui d'un billet d'avion pour d'autres destinations concurrentes. Si des millions de Canadiens acceptent les retards et les embêtements qu'ils ont à subir pour traverser aux États-Unis afin de prendre l'avion, les visiteurs potentiels d'outremer éviteront tout simplement le Canada.

### **Recommandation 3**

FAME recommande que le gouvernement fédéral entreprenne un examen complet de la structure de coûts des transporteurs aériens au Canada afin d'établir un régime fiscal et une réglementation justes, qui permettront à l'industrie du voyage et du tourisme de se placer sur un pied d'égalité pour faire concurrence au reste du monde.

### **Conclusion**

Les recommandations prébudgétaires de FAME portent sur les défis énormes auxquels fait face l'industrie du tourisme au Canada, en particulier en ce qui a trait à la commercialisation, l'accès et le développement de produit. Nos

recommandations, que nous estimons raisonnables, permettront d'accroître le tourisme récepteur, ce qui engendra des possibilités de croissance économique réelles dans toutes les régions du pays. Vu la faiblesse de la reprise économique, les investissements dans les festivals et les grands événements produiront des revenus qui contribueront à la réduction du déficit au cours du même exercice financier.