

FAME 2023

FESTIVALS AND MAJOR EVENTS
FESTIVALS ET ÉVÉNEMENTS MAJEURS
CANADA

Annual Report *Rapport annuel*

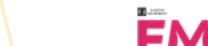


Photo : International de montgolfières de Saint-Jean-sur-Richelieu

Festivals and Major Events Canada (FAME) is a **pan-Canadian coalition** representing some **500 festivals and events** of all sizes through a combination of direct and affiliated membership.



Festivals et événements majeurs Canada (FAME) est une **coalition pancanadienne** représentant quelque **500 festivals et événements** de toutes tailles à travers un membrariat direct et affilié.



Members as of December 31, 2023
Membres au 31 décembre 2023

Associate Members / Membres associés



Photo : Concord Pacific Dragon Boat Festival

FAME aims to:

- **Raise awareness** of the importance of the Canadian festivals and events industry as an economic driver as well as a key export, growth, and development sector;
- Act as the **recognized spokesperson** for the festivals and events sector at the national level and engage with partners, governments, and the general public. For the industry, we aim to become a forum for the exchange of best practices and consultation in terms of operational excellence and product quality;
- Publish **economic data** and research results that highlight the importance of the Canadian festivals and events sector; and present comparative analyses of the competitive position Canada occupies at the international level in this growth sector;
- **Improve the policies and public funding** of festivals and major events;
- Work in collaboration with governments and various industry organizations with the goal of increasing Canada's **economic prosperity**.

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 recherches 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 public** 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.

Executive Director's Message

A Particularly Challenging Year

It may seem like we're repeating ourselves, but the past four years have been difficult for festivals and events. The pandemic and the subsequent surge in inflation have had negative repercussions affecting hundreds of events, some of which are now at a crossroads.

The start of 2024 is just like 2023, with the announcement by the Just for Laughs Group that it has filed for protection under the Creditors Arrangement Act and that it is putting its festivals, among the best-established and most widely renowned both here and around the world, on hold.

This shockwave has given way to striking insights into the difficulties experienced across Canada. What FAME had been calling attention to for months has now been acknowledged. Media outlets everywhere reported on the challenges faced by FAME members and by festivals and events as a whole.

The media's heightened interest came at just the right time, at the end of a long—and unfortunately now annual—advocacy campaign aimed at the federal government.

The campaign kicked off in September with a meeting with the Minister of Canadian Heritage. It then crystallized into a press conference, the production of briefs, an appearance before the Standing Committee on Finance, multiple meetings with elected officials and political staff, letters and much more. There was also renewed media interest in the months leading up to the presentation of the budget by Finance Minister Chrystia Freeland.

This budget highlights the importance of FAME's work. We are getting results, and the good news is that the \$8M reinvestment made in 2019–2020 to the Canada Arts Presentation Fund (CAPF) is to be extended again, this time until April 2026, effectively becoming a \$15.5M reinvestment.

This sum, however, has still not been integrated into the CAPF base budget, which has stood at around \$32M since 2008. Despite this, \$48M will be invested in 2024–2025 and 2025–2026 (while FAME was seeking \$61.5M).

By proceeding in this way, the federal government is condemning the cultural community to a perpetual battle for renewed funding, year after year or term after term. This practice

also puts these investments at greater risk of not being renewed once they come to term, with or without a change in government.

FAME is even more puzzled by the Minister of Finance's decision, given that the Minister of Canadian Heritage herself acknowledged in a letter a few weeks ago that "the uncertainty surrounding the renewal of temporary funding for these programs since 2019 [...] adds to the enormous financial pressures the sector is already experiencing due to rising costs linked to inflation and labour shortages."

In any event, this budget also shows that there's still a lot of work to do, and that we all need to work together. Of course, we'll have to wait and see what happens next.

Budgets sometimes have the bad habit of retaining many details for later, just as they do the practical results on the ground.

This is what happened last year with the Tourism Growth Program. While the 2023–2024 budget proposed to provide "\$108M over three years to the Regional Development Agencies to support communities, small businesses, and non-profit organizations in developing local projects and events",

implementation was less successful for the events sector, which had seen it as a promising opportunity.

While some festivals have been able to access resources—Manitoba's Festival du Voyageur being the first to do so very quickly in recent months—the implementation of the program in Quebec has left FAME dissatisfied. Among the criteria and exemptions, we were astonished to see that festivals and events already attracting an international clientele—without any clear definition of what this meant—were excluded, when the very purpose of a tourism growth program should be to get those who generate tourism to generate more of it, regardless of their starting point.

This issue with the Tourism Growth Program, and the most recent Federal Budget, demonstrate the need to close ranks and work together. And that's just as well, since FAME endeavours to be the link between festivals and events across Canada, as well as the liaison between local, regional and provincial associations, to act as a strong, unified and compelling voice for the sector.

Martin Roy



Mot du directeur général

Une année particulièrement difficile

On a l'impression de se répéter, mais les temps sont durs pour les festivals et événements depuis quatre ans. La pandémie, puis la forte poussée inflationniste ont eu des répercussions négatives pour des centaines d'événements, dont certains se trouvent aujourd'hui à la croisée des chemins.

Le début de 2024 est à l'image de 2023, avec cette annonce du Groupe Juste pour Rire, qui s'est mis sous la protection de la Loi sur les arrangements avec les créanciers, tout en mettant en pause ses festivals, lesquels comptent parmi les plus établis, les mieux reconnus ici et dans le monde.

L'onde de choc a depuis cédé la place à une éclatante mise en lumière des difficultés vécues d'un bout à l'autre du Canada. Et ce que FAME faisait valoir depuis des mois a trouvé écho. Partout, les médias ont rapporté les défis de ses membres et de l'ensemble des festivals et événements.

Cet intérêt accru des médias est arrivé à point nommé, au terme d'une longue campagne de représentation malheureusement devenue annuelle auprès du gouvernement fédéral.

Elle avait commencé plus activement en septembre par une rencontre avec la ministre du Patrimoine canadien. Elle

s'est ensuite concrétisée sous la forme d'une conférence de presse, la production de mémoires, une comparution devant le Comité permanent des Finances, de multiples rencontres avec les élus et le personnel politique, des lettres et bien d'autres démarches. L'intérêt renouvelé des médias est aussi arrivé dans les mois précédant la présentation du budget par la ministre des Finances, Chrystia Freeland.

Ce budget démontre toute la pertinence de l'action de FAME. Des résultats sont obtenus et la bonne nouvelle mérite d'être soulignée : le réinvestissement de 8 M\$ fait en 2019-2020 au Fonds du Canada pour la présentation des arts (FCPA) sera

prolongé à nouveau, cette fois jusqu'en avril 2026, et il deviendrait dans les faits un réinvestissement de 15,5 M\$.

Par contre, cette somme

n'aurait toujours pas été

intégrée à la base budgétaire

du FCPA qui se situe depuis

2008 aux alentours de 32 M\$.

Malgré cela, c'est donc

environ 48 M\$ qui seront

investis lors des années 2024-

2025 et 2025-2026 (alors

que FAME cherchait à

avoir un total 61,5 M\$ de

ce côté). En agissant de

la sorte, le gouvernement

fédéral condamne le

milieu culturel à être en

perpétuelle représentation

pour renouveler des

sommes, année après année

ou période par période.

C'est une pratique qui a aussi l'effet de rendre ces investissements plus à risque une fois arrivés à terme, avec ou sans changement de gouvernement.

FAME comprend encore moins la décision de la ministre des Finances dans la mesure où la ministre du Patrimoine canadien elle-même avait nommé dans une lettre « l'incertitude liée au renouvellement des fonds temporaires dont bénéficient ces programmes depuis 2019 » qui « ajoute aux énormes pressions financières que subit le secteur en raison de la hausse des coûts liée à l'inflation et à la pénurie de main-d'œuvre. »

Dans tous les cas, ce budget démontre aussi qu'il reste beaucoup de travail à faire et qu'il faut se serrer les coudes. Il faudra évidemment voir quelles seront les suites de cet exercice. Les budgets ont parfois la mauvaise habitude de garder bien des détails pour plus tard, tout autant que les résultats concrets, sur le terrain.

Cela est arrivé au cours de l'année dernière avec le Programme de croissance du Tourisme comme celui du plus récent budget fédéral démontrent qu'il faut resserrer les rangs et travailler ensemble. Et cela tombe bien puisque FAME

se veut le trait d'union entre les festivals et événements de partout au Canada, en même temps que le liant entre les associations locales, régionales ou provinciales pour donner au secteur une voix cohérente. Une voix forte, une voix qui porte.

la mise en œuvre a été moins heureuse pour le secteur événementiel qui y avait vu quelque chose de prometteur.

Car même si des festivals ont pu mettre la main sur des ressources — dont le Festival du Voyageur au Manitoba, en tout premier lieu, très rapidement au cours des derniers mois — la mise en œuvre du programme au Québec a laissé FAME insatisfait. Parmi les critères et les exemptions, on s'est étonné de voir que les festivals et événements qui attiraient déjà une clientèle internationale — sans qu'on ait défini précisément ce que cela signifiait — étaient exclus, alors que, justement, le but d'un programme de croissance du tourisme devrait être d'amener ceux qui génèrent du tourisme à en générer davantage, indépendamment du point de départ.

Cet épisode du Programme de croissance du Tourisme comme celui du plus récent budget fédéral démontrent qu'il faut resserrer les rangs et travailler ensemble. Et cela tombe bien puisque FAME se veut le trait d'union entre les festivals et événements de partout au Canada, en même temps que le liant entre les associations locales, régionales ou provinciales pour donner au secteur une voix cohérente. Une voix forte, une voix qui porte.

Martin Roy

2023 Highlights • A Voice for the Industry en quelques moments clés • Une voix pour l'industrie

Federal Government Gouvernement fédéral



- Deployment of a **strategy with the Canadian government**, including numerous meetings with all levels of government (**public servants, political staff** and **ministers**) and with MPs from all parties
- Déploiement d'une **stratégie auprès du gouvernement canadien**, incluant de nombreuses rencontres à tous les niveaux de l'appareil gouvernemental (**fonctionnaires, personnel politique** et **ministres**) et avec des députés de tous les partis



- Submission of a **brief to the Government of Canada's pre-budget consultations** in February 2023, titled "Unleashing the Full Potential of Event and Festival Tourism and Countering the Effects of Inflation"
- Présentation d'un **mémoire lors des consultations prébudgétaires du gouvernement du Canada** en février 2023 "Libérer le plein potentiel du tourisme événementiel et festivalier et contrer les effets de l'inflation"

- Appearance before the **House of Commons Standing Committee on Finance** during the **pre-budget consultations** in Charlottetown in October 2023
- Présence devant le **Comité permanent des Finances** de la Chambre des communes dans le cadre des **consultations prébudgétaires** en octobre 2023 à Charlottetown



- Submission of a **brief** to the **House of Commons pre-budget consultations** in Ottawa in July 2023, titled "Untenable situation at Canadian Heritage: NO to the planned decrease to the Canada Arts Presentation Fund, NO to abandoning Canadian performing arts presenters, festivals and events"
- Présentation d'un **mémoire** lors des **consultations prébudgétaires de la Chambre des communes** à Ottawa en juillet 2023 "Situation intenable à Patrimoine canadien : NON à la baisse prévue au Fonds du Canada pour la présentation des arts, NON à l'abandon des diffuseurs en arts de la scène, des festivals et événements canadiens"

Photo : Montréal Complètement Cirque

2023 Highlights • A Voice for the Industry en quelques moments clés • Une voix pour l'industrie

Federal Government Gouvernement fédéral



- Meetings with Minister of Canadian Heritage, **Pascale St-Onge**, and Minister of Tourism and Minister responsible for the Economic Development Agency of Canada for the Regions of Quebec, **Soraya Martinez Ferrada**

- Rencontres avec la ministre de Patrimoine canadien, **Pascale St-Onge**, et celle du Tourisme et ministre responsable de l'Agence de développement économique Canada (DEC) pour les régions du Québec, **Soraya Martinez Ferrada**

Soutien en culture : « Ça ne peut plus durer », dit la Coalition pour l'avenir du spectacle



#AVENIRDUSPECTACLE

INVESTIR DANS L'AVENIR DU SPECTACLE VIVANT

#FUTUREOFLIVE

INVESTING IN THE FUTURE OF LIVE PERFORMANCE

- Active participation in the **broad #FutureOfLIVE coalition**, which comprises more than **30 organizations across Canada**:
 - Mass mailing of hundreds of letters to over 80 MPs
 - Formal support from MPs** for the Coalition's demands to the Minister of Canadian Heritage and the Minister of Finance
 - Joint meetings** with ministers and offices, including Canadian Heritage, Tourism, CED for Quebec Regions, Finance, the Executive Council (Office of the Premier) and the Office of the Lieutenant governor of Quebec
 - Press conference** on September 27, 2023
 - As well as several other concerted initiatives
- Participation active à la **grande coalition #AvenirDuSPECTACLE** regroupant plus d'une **trentaine d'organisations au Canada** :
 - envoi massif d'une centaines de lettres à plus de 80 députés;
 - appui formel de députés** au sujet des demandes de la coalition, auprès des ministres de Patrimoine canadien et des Finances;
 - rencontres conjointes** avec des ministres et des cabinets, notamment Patrimoine canadien, le Tourisme, DEC pour les régions du Québec, Finances, le conseil exécutif (cabinet du premier ministre) et le cabinet du Lieutenant du Québec
 - conférence de presse** le 27 septembre 2023
 - ainsi que plusieurs autres actions concertées.

Photo : ComediAh!

2023 Highlights • A Voice for the Industry en quelques moments clés • Une voix pour l'industrie

Community Life, Partners and Media Vie associative, partenaires et médias



- Ongoing communication with FAME members, including a **regular newsletter** (around 30 newsletters in 2023)

- Communication constante avec les membres du FAME, notamment par la voie d'un **bulletin envoyé régulièrement** (une **trentaine de bulletins** en 2023)

- **Strategic oversight and international monitoring**

- **Veille stratégique et monitoring international**

- **Individual meetings** with FAME members and strategic consulting

- **Rencontres individuelles** avec les membres de FAME et conseil stratégique

- **Meetings and ongoing collaboration** with **industry partners**, including the Canadian Association for the Performing Arts (CAPACOA), the Canadian Live Music Association (CLMA), the Tourism Industry Association of Canada (TIAC), **Alliance de l'industrie touristique du Québec**, the **Coalition of Hardest Hit Businesses**, and many others

- **Rencontres et concertation constante** avec des **partenaires de l'industrie**, dont l'Association canadienne des organismes artistiques (CAPACOA), l'Association canadienne de la musique sur scène (CLMA), l'Association de l'industrie touristique du Canada (AITC), l'**Alliance de l'industrie touristique du Québec**, la **Coalition des entreprises les plus touchées**, et bien d'autres

- An active presence in the **Canadian media**

- Présence active dans les **médias canadiens**

Photo : Festival d'été de Québec



Solutions and Recommendations To Be Implemented Context

Status Report: Major Problems

- In the sector, inflation has been estimated between 30% and 40% since 2019
- For festivals presenting all or part of their events free of charge, this is a real problem, as funding and sponsorships have not kept up with this rate of increase
- Often, sums received from Canadian Heritage have remained the same for years

The Importance of Public Partners

- The quest for a balanced budget falls on major international events, and rests mainly on self-generated income and sponsorships (83%)
- Grant funding remains essential, however
- Decisions that seem inconsequential can make the difference between a deficit and a surplus (that can be reinvested in the following year's event)
- Creating a favorable business environment is partly the responsibility of public authorities

A Risk of Decline for Events and the Industry

Significant Economic Benefits

- A flagship product for Canada
- An absence keenly felt during the pandemic
- Direct revenue that far exceeds the contributions made by the various levels of government, not to mention their cultural impact and the value they add to Canadians' way of life

A Situation Exacerbated by the Pandemic

- Partial breakdown: loss of personnel and expertise, disruption of supply chains and specialized suppliers
- An international problem, not just a local one

Solutions et recommandations à mettre de l'avant Mise en contexte

État de situation : des problèmes aigus

- Dans le secteur, une inflation évaluée depuis 2019 entre 30 % et 40 %
- Pour les festivals présentés en tout ou en partie gratuitement, un vrai problème car les subventions et les commandites n'ont pas suivi ce rythme d'augmentation
- Souvent les sommes reçues de Patrimoine canadien sont les mêmes depuis des années

L'importance relative des partenaires publics

- La recherche d'un équilibre budgétaire appartient aux événements majeurs internationaux et repose principalement sur les revenus autonomes et les commandites (83 %)
- Mais la part de subventionnaires demeure incontournable
- Des décisions qui apparaissent sans conséquence peuvent faire la différence entre un déficit et un surplus (réinvesti dans l'édition de l'année suivante)
- La mise en place d'un environnement d'affaires favorable relève partiellement des pouvoirs publics

Des retombées économiques non négligeables

- Un produit phare pour le Canada
- Une absence qui s'est fait cruellement sentir durant la pandémie
- Des entrées fiscales directes nettement supérieures aux contributions apportées par les différents paliers de gouvernement, sans tenir compte de leur impact culturel et à la richesse du milieu de vie des Canadiennes et des Canadiens

Une situation aggravée par la pandémie

- Une déstructuration partielle : perte de personnel et d'expertise, rupture dans l'approvisionnement et chez les fournisseurs spécialisés
- Un problème international, pas local

Un risque : le déclin d'événements et de l'industrie

Solutions and Recommendations To Be Implemented by the Government of Canada

A Few Examples

- > **A partner we'd like to see more actively and permanently involved in the industry's success**
- > **A primarily cultural and social approach to an industry, to a driving force for the economy and for tourism**

Canadian Heritage

- Increase the base budgets for both programs (not revised since 2008)
- Renew the amounts introduced in the 2019–2020 budget for the Canada Arts and Heritage Presentation Fund and for Building Communities Through Arts and Heritage, beyond 2025–2026 (after which funding could revert to 2018–2019 levels)
- Incorporate the investments introduced in the 2019–2020 budget into the base budgets of both programs, to provide greater certainty for festivals and events
- Consider the programs, automatic eligibility, etc.

Public Safety

- Broaden access to the existing program (Security Infrastructure Program for Communities at Risk) to include festivals and events, while taking their specific circumstances into consideration
- 2SLGBTQIA+: Renew 2023 support to strengthen safety measures at Pride parades and other events

Economic Development Canada / ISED and Tourism

- Prioritize product development over marketing
- Increase the maximum amount from \$700,000 to \$800,000
- Open the Tourism Growth Program (TGP) to festivals and events based on their touristic importance (they have been excluded in Quebec)
- Have a specific, permanent strategy for festivals and events from an economic and tourism standpoint, alongside the cultural and social approach that exists in Quebec, for example
- Have regional economic development agencies involved or interested in the matter in all regions – take specific action in some problematic regions

Solutions et recommandations à mettre de l'avant par le gouvernement du Canada

Quelques exemples

- > **Un partenaire qu'on voudrait plus activement et durablement impliqué dans le succès de l'industrie**

- > **Une approche principalement culturelle et sociale vis-à-vis d'une industrie, d'un moteur économique et touristique**

Patrimoine canadien

- Augmentation des bases budgétaires des deux programmes (non-revues depuis 2008)
- Reconduction des sommes introduites dans le budget 2019-2020 au Fonds du Canada pour la présentation des arts et du patrimoine et au Développement des communautés par le biais des arts et du patrimoine, au-delà de 2025-2026 (après quoi l'enveloppe pourrait redevenir celle de 2018-2019)
- Ajouter ces investissements introduits dans le budget 2019-2020 à la base budgétaire des deux programmes pour permettre aux festivals et événements une plus grande prévisibilité
- Une réflexion sur les programmes, l'admissibilité automatique, etc.

Sécurité publique

- 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
- 2SLGBTQIA+: renouvellement de l'appui de 2023 pour renforcer les mesures de sécurité lors des défilés de la Fierté et d'autres événements

Développement économique Canada / ISDE et Tourisme

- Priorité au développement de produit vs commercialisation
- Hausse du plafond de 700 000 \$ à 800 000 \$
- Un Programme de croissance du tourisme (PCT) ouvert aux festivals et événements au nom de leur importance touristique (ils ont été exclus au Québec)
- Une intervention permanente spécifique aux festivals et événements d'un point de vue économique et touristique, en complément de l'approche culturelle et sociale, comme il en existe une au Québec, par exemple
- Des agences de développement économique régionales également engagées ou intéressées par le dossier dans l'ensemble des régions — intervention spécifique dans quelques régions problématiques



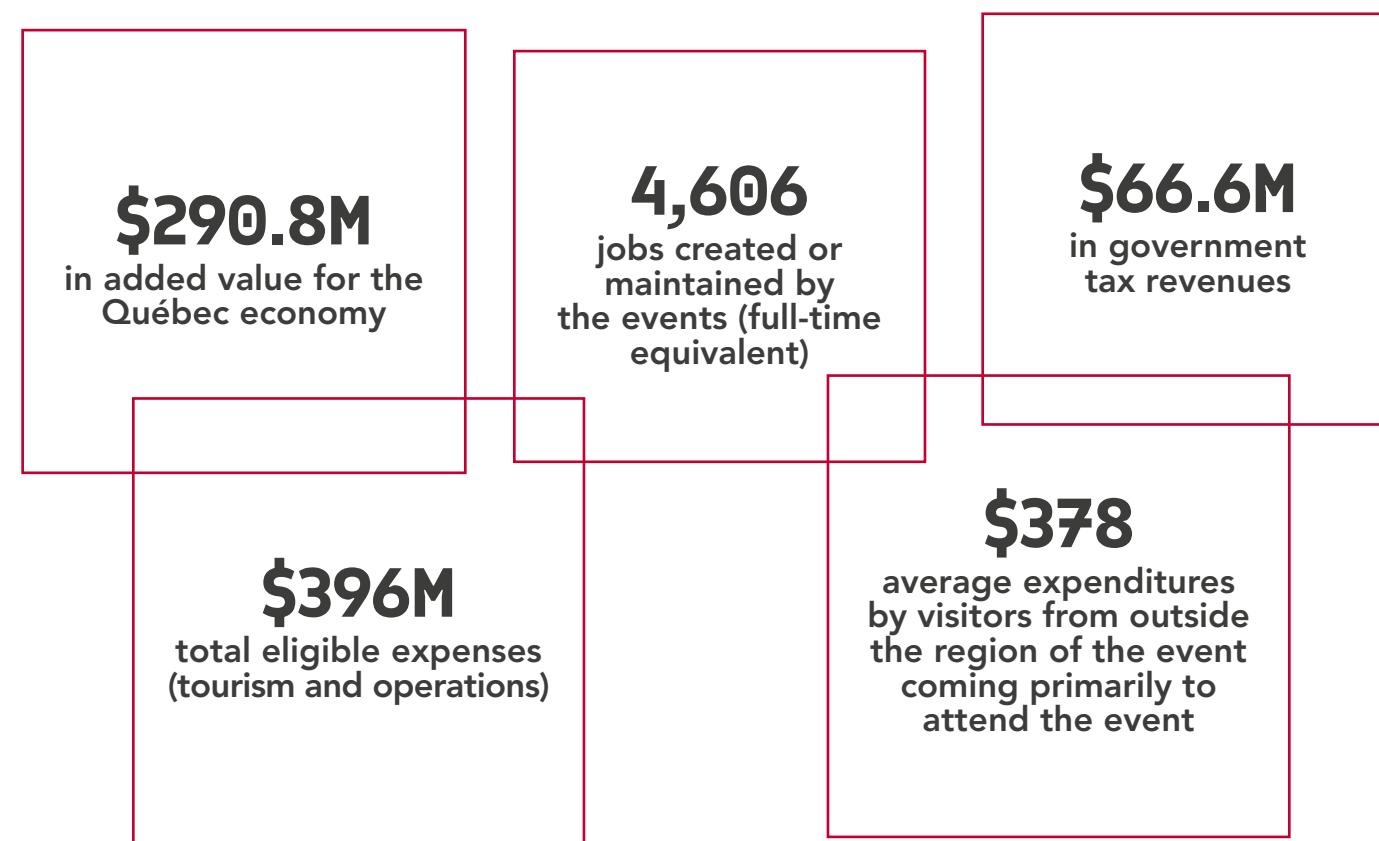
Photo : City of Charlottetown

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

Highlights of the KPMG study released on May 31, 2018

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

THE BENEFITS



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

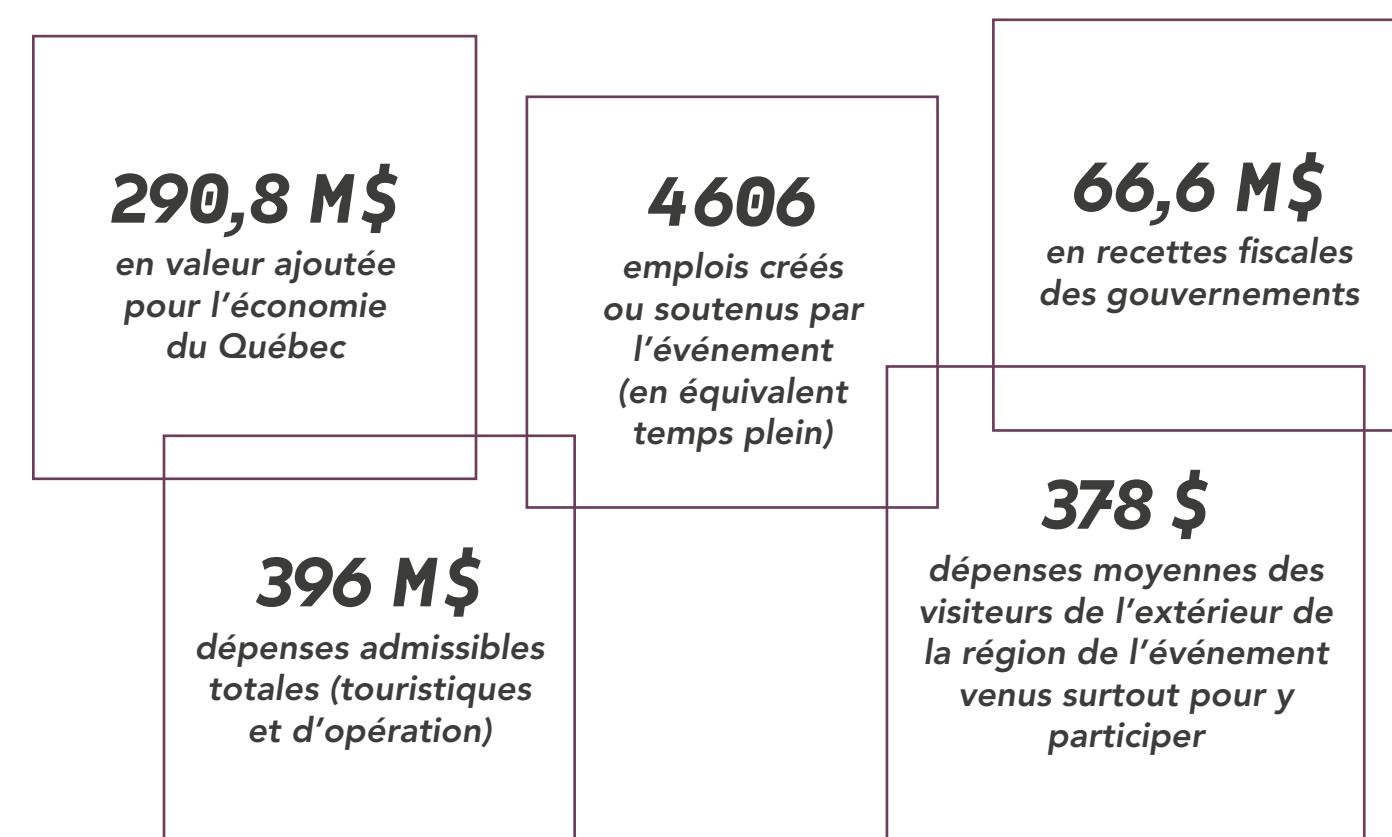
- No fewer than **190,603** tourists came from outside the province where the 17 festivals and events reviewed by the study were held, in this case Québec, **primarily to attend** these events.
- **66%** of Québec visitors travelled **primarily because of the event**.
- **54%** of visitor expenditures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

L'IMPORTANCE ÉCONOMIQUE ET TOURISTIQUE DES ÉVÉNEMENTS MAJEURS INTERNATIONAUX

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

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

LES RETOMBÉES



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

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