

**NOTES POUR UNE ALLOCUTION DU PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL DU
REGROUPEMENT DES ÉVÉNEMENTS MAJEURS INTERNATIONAUX (RÉMI),
M. MARTIN ROY**

**« 190 603 raisons de se réjouir :
L'EXCEPTIONNEL IMPACT ÉCONOMIQUE DES GRANDS ÉVÉNEMENTS
AU QUÉBEC »**

*Prononcée à l'occasion du coup d'envoi de la saison 2018 et de la présentation d'une
étude d'impact économique réalisée sur 17 événements par KPMG*

**MONTRÉAL, 31 MAI 2018
LA VERSION LUE FAIT FOI**

[DIAPO D'OUVERTURE – MIDI-RÉMI]

Chers amis,
Bonjour !

Laissez-moi tout d'abord vous présenter notre table d'honneur. À l'appel de votre nom, je vous invite à vous lever. Merci à tous de réserver vos applaudissements pour la fin.

- Présidente du conseil d'administration du RÉMI, Mme Louise Beaudoin
- Vice-président Relations publiques, Accueil, Recherche et Développement de produit pour Tourisme Montréal, M. Pierre Bellerose
- Vice-président du conseil d'administration du RÉMI, Directeur général de la Coupe Rogers, M. Eugène Lapierre
- Secrétaire-trésorier du RÉMI et directeur général du Festival de Lanaudière, M. François Bédard
- Administratrice du RÉMI et Directrice générale du Carnaval de Québec, Mme Mélanie Raymond
- Administrateur du RÉMI et Vice-président de Fierté Montréal, M. Jean-Sébastien Boudreault
- Administrateur au RÉMI et Président-directeur général de l'Équipe Spectra, M. Jacques-André Dupont
- Directeur de la responsabilité sociétale, Loto-Québec, commanditaire de l'événement de ce midi, M. Simon Robert
- Administrateur au RÉMI et Directeur général du Festival d'été de Québec, Monsieur Claude Doré
- Président de la Société des attractions touristiques, Festivals et Événements Québec, vice-président affaires publiques et responsabilité sociétale à Piknic Électronik et Igloofest, Monsieur Nicolas Cournoyer
- Conseillère municipale, membre du comité exécutif de la Ville de Montréal, responsable de la Culture, du Patrimoine et du Design, Mme Christine Gosselin
- Vice-président, marketing et commercialisation, Monsieur Sébastien Viau
- Directrice, Direction adjointe des programmes, ministère québécois du Tourisme, Mme Geneviève Cantin

Mesdames et messieurs, votre table d'honneur ! Merci !

De même, j'en profite pour saluer tous les hauts dirigeants des membres. On n'avait pas de table assez grande pour tous les réunir. Levez-vous donc ! Merci d'être avec nous aujourd'hui.

Aujourd'hui est doublement un jour de fête. D'abord, vous le savez, nous soulignons le lancement de la saison 2018, dans une forme un peu différente des années passées, mais ces jours-ci, avec le début des Picnik Élektonic et du Festival Go Vélo Montréal,

c'est vraiment le commencement au Québec de ce que tout le monde appelle communément « la saison des festivals ».

Il n'y a pas une semaine durant laquelle, jusqu'à la fin du Festival western de St-Tite à la mi-septembre, un des membres du RÉMI ne sera pas en activité. On peut d'ailleurs remercier le Picnik pour ça – s'il y avait jusqu'à l'année dernière quelques semaines de relâche, il n'y en a plus avec l'arrivée de ce 27^e membre. Alors, un salut particulier à l'équipe du Picnik !

L'autre bonne raison de fêter, c'est cette étude que nous rendons publique aujourd'hui. C'est une étude qui, un peu comme le début de la saison et le retour du beau temps, fait du bien. Ça fait du bien parce qu'elle confirme ou reconfirme ce que nous disons au RÉMI depuis bientôt 20 ans, soit que l'industrie événementielle au Québec est payante et que, tous ensemble, nous engendrons d'importantes retombées économiques et touristiques, dont on parlera en long et en large au cours de ce midi-RÉMI.

Cependant, avant d'entrer dans le vif du sujet et les résultats de l'étude, j'aimerais avec vous mettre la table, en quelque sorte. J'aimerais vous faire part de trois choses que vous devez savoir au sujet de l'étude ou en lien avec l'étude qu'a produite KPMG au cours des derniers mois.

[CHANGEMENT DE DIAPO – GUIDE MÉTHODOLOGIQUE]

D'abord, la première chose à souligner est que ce que nous faisons aujourd'hui, nous le faisons très rarement. La dernière fois, c'était il y a sept ans, jour pour jour ou presque. Au cours de la première décennie d'activité au RÉMI, il y en avait eu 4, des études d'impact économique, soit en 1999, en 2001, en 2004 et en 2007. La cinquième a eu lieu en 2010, comme je vous le disais et, aujourd'hui, c'est une sixième, mais une toute première dans un sens aussi.

En effet, en mai 2016, la ministre du Tourisme a rendu public un guide, le *Guide méthodologique pour la réalisation des études sur l'impact économique des grands festivals & événements*. Ce Guide est venu dicter certains paramètres méthodologiques et reprendre, pour l'essentiel, ceux qu'avait mis de l'avant le RÉMI durant toutes ces années, avec quelques exceptions, dont on reparlera aussi dans quelques instants.

Pour cette raison, il n'y a pas vraiment de comparable entre l'étude agrégée de cette année et celles du passé. Je fais donc cette importante mise en garde. La méthodologie est légèrement différente. Le groupe-témoin aussi. Par le passé, des études ont été menées sur des groupes de 11, 19, 21... Aujourd'hui, parce que la participation des membres à l'étude était optionnelle et que c'est coûteux que de la faire (il faut le dire !) notre étude porte sur 17 membres. Dix-sept événements majeurs internationaux qui ont d'abord fait une étude individuelle, puis nous, au RÉMI, qui en avons fait une étude agrégée avec KPMG. Cela dit, est-ce que les études individuelles de 2010 étaient si différentes des nouvelles ? J'y reviendrai tout à l'heure.

Plusieurs raisons expliquent que nous ayons, au RÉMI, été si actifs dans le domaine des études de retombées économiques au cours de notre jeune histoire. Au départ, il faut se rappeler qu'à la fin des années 1990, l'industrie vit une crise, dans la foulée de l'adoption à Québec, puis à Ottawa, de lois antitabac qui feront en sorte que les commandites des grands fabricants de cigarettes seront interdites. C'en sera fini alors des Feux Benson & Hedges. On parlera plus tard de L'international des Feux Loto-Québec et je tiens d'ailleurs à souligner la présence ici d'une équipe de Loto-Québec, qui collabore dans la présentation de l'événement d'aujourd'hui, mais aussi, vous le savez, à longueur d'année, dans une multitude d'événements au Québec. Merci à vous, sincèrement.

Cette crise de la commandite est à l'origine de la création du RÉMI. Et ici, j'aimerais souligner la présence dans la salle de deux personnes qui avaient apposé leur signature sur un document, début 2001, de l'assemblée d'organisation, et ce sont des Régates de Valleyfield, Michel Poirier, et du Festival de Lanaudière, François Bédard, qui est encore aujourd'hui le secrétaire-trésorier du RÉMI. Je les nomme parce que ce sont deux bons soldats qui sont encore là, après tout ce temps. Merci à vous deux. Je reconnais aussi Alain Simard, qui lui aussi était là, dès le début, qui a signé le même document, qui profite de la vie par les temps qui courent et qui a, aussi, accessoirement, entre deux voyages dont on est tous très jaloux, reçu le tout premier Prix du RÉMI, en novembre dernier. Merci et salut Alain. J'en profite pour ajouter que l'appel de candidatures est en cours, jusqu'au 28 juin, pour le Prix du RÉMI 2018.

Alors, début 2000, pour en revenir à la petite histoire, le vice-premier ministre d'alors et ministre des Finances, Bernard Landry, a en quelque sorte dit aux événements qu'il était prêt à les aider financièrement mais qu'eux, en contrepartie, avaient aussi à démontrer leur impact, à le documenter. C'est vraiment à partir de là que ça s'est fait assidument, on pourrait dire sur ordre de Sa Majesté, pour faire un peu James Bond, mais disons sur ordre du vice-premier ministre du Québec.

Alors, aujourd'hui, pourquoi donc faire une pareille étude ? D'abord, depuis l'année dernière, les événements qui ont un budget supérieur à 6 M \$ sont, au sein du Programme d'aide financière aux festivals et événements touristiques de Tourisme Québec, tenus de faire une telle étude tous les trois ans. Sinon, c'est vrai que d'un point de vue d'affaires publiques et gouvernementales, c'est presque devenu un passage obligé, compte tenu que les ministres changent, les gouvernements changent et qu'il faut, oui, répéter pour être entendu, pour être compris. Ces études ont des vertus pédagogiques!

[CHANGEMENT DE DIAPO – FESTIVALIERS]

Voilà donc pour la première chose que je voulais vous dire. La deuxième chose dont il faut parler, ce sont des critiques. J'aborde avec vous ce sujet de façon très transparente, parce que bien des choses ont été dites au sujet des études d'impact économique et

très souvent à tort. J'aimerais profiter de l'occasion pour rectifier un certain nombre de choses et mettre les pendules à l'heure.

Tout à l'heure, je vous disais que plusieurs raisons ont fait que nous ayons été actifs dans le domaine des études de retombées économiques, tout particulièrement entre 2000 et 2010. Il y a aussi des raisons qui expliquent que nous l'avons été moins au cours des dernières années. Il y a, oui, le fait que ces études sont complexes à réaliser et coûteuses. Mais il y a aussi tout ce débat méthodologique qui nous a conduits depuis 2011-2012 à les mettre de côté, disons le temps que les choses se tassent et que le monde s'entende.

On va essayer de garder ça simple, pas trop technique, parce que vous le savez, en cette matière, nous avons ici affaire à des économistes, tantôt dans leurs universités, tantôt dans des firmes conseils, tantôt au gouvernement, Ces gens ont parfois même tour à tour fait des études et critiqué des études. Malheureusement, un peu comme les météorologues, ils ne s'entendent pas toujours sur la couleur du temps. D'ailleurs, petite parenthèse, avez-vous remarqué qu'il n'y a jamais 50 % de probabilité de précipitation ? Ça n'existe pas. On passe de 40 % à 60 %. En tout cas, donc, il y a des économistes et il y a évidemment des gens de l'industrie, dont nous, au RÉMI, qui sommes des praticiens, des gens sur le terrain.

En fait, le débat méthodologique tourne essentiellement autour d'une notion qui est celle de l'attractivité ou du « centrage ».

Afin de mesurer les retombées économiques, vous le savez probablement, nous conduisons au préalable des sondages auprès des personnes qui ont assisté à nos événements. Ces sondages sont faits à partir du Guide dont je parlais tout à l'heure, de même qu'avec le *Guide de réalisation d'une étude de provenance et d'achalandage*.

Avec ces sondages, nous pouvons non seulement préciser l'achalandage qu'ont connu nos événements, lorsqu'ils ne disposent pas d'une billetterie, mais nous pouvons aussi aller bien plus loin et éventuellement, quand nous faisons une étude de retombées économiques, nous en venons à savoir précisément combien d'argent les festivaliers ont dépensé lors de leur passage chez nous et ceci, en fonction de leur catégorie, qu'ils aient été des touristes hors-Québec, d'autres provinces ou d'autres pays, qu'ils aient été des excursionnistes, c'est à dire s'ils ont voyagé plus de 40 km pour venir tout en rentrant chez eux le soir ou encore qu'ils aient été des touristes québécois, qui sont venus et qui sont restés, qui ont engendrées des nuitées à l'hôtel.

Une fois qu'on a tout ça, commence donc le travail de mesure de l'impact économique et s'amène par le fait même tout le débat sur le centrage.

Première chose à dire, et celle-ci fait consensus, tout le monde exclut les visiteurs locaux de ses études. Alors, les chiffres que vous allez voir ne tiennent pas compte des gens qui

ont fait moins de 40 km pour participer à un événement. Ça, ça veut dire que si vous êtes allés aux Francos avec un groupe d'amis l'année dernière et que ça a viré pas mal, que vous avez dépensé ensemble quoi... 250 \$ en bières... mettons que c'était un show d'Éric Lapointe, là... eh bien, on ne les compte pas, vos dépenses.

On ne les compte pas aujourd'hui et on ne les comptait pas non plus en 2010. C'était écrit noir sur blanc et ça n'a pas empêché des gens de dire dans des journaux sérieux qu'il nous aurait fallu exclure les locaux. Or, c'était fait.

L'autre chose qui fait consensus, c'est qu'on considère, qu'on calcule les dépenses des gens qui sont venus à destination principalement en raison de l'événement. Alors, quelqu'un qui a fait 41 km ou 4100 km pour participer à OSHEAGA, par exemple, et qui dit au sondeur être venu à Montréal pour participer à l'événement et que c'était son motif principal, eh bien, on va compter ses dépenses. Ses dépenses deviennent admissibles et serviront, dans l'étape ultérieure, à déterminer les retombées économiques, soit la valeur ajoutée au prix du marché. Même chose aussi, a-t-on confirmé en cours d'exercice récemment, pour quelqu'un qui dirait être venu à Montréal pour voir Lorde ou The Weeknd, c'est à dire en nommant des têtes d'affiche présentes à OSHEAGA, sans pour autant répondre « OSHEAGA – Festival musique et arts ».

Voilà pour le consensus. Et voilà aussi où le trouble ou le fun commence, c'est selon. La question qui s'est toujours posée, c'est... On fait quoi du festivalier qui est venu à OSHEAGA le vendredi et le dimanche, mais qui en a profité aussi pour aller au mariage de son amie le même weekend, le samedi, à Montréal ? On fait quoi de la festivalière qui est allée au Festival d'été de Québec mais qui voulait aussi se rendre dans la capitale aussi pour voir le pavillon Lassonde du Musée national des beaux-arts ? On fait quoi du festivalier qui est venu à Montréal pour voir les minutes Complètement Cirque, un concert dans le cadre du Festival international de Jazz de Montréal et, pourquoi pas, dans le même week-end, un feu d'artifice dans le cadre de L'International des Feux Loto-Québec ? On compte ou on ne compte pas ses dépenses ? Et, si oui, dans quelle proportion ? Et comme je vous le disais, c'est généralement ici que les économistes commencent à se tirer des tomates entre eux. Ou, parfois, qu'ils en lancent au RÉMI ou à quiconque ne fait pas l'étude sur la base de « leur » approche préférée.

Pour certains, il n'y a pas lieu de considérer qui que ce soit d'autre que le touriste « centré » ou « motivé » à l'extrême. Ces économistes disent qu'un sondage digne de ce nom devrait demander au festivalier une question dure comme « N'eut été de la tenue de l'International de montgolfières de St-Jean-sur-Richelieu, seriez-vous allé à St-Jean-sur-Richelieu » ? Non, alors on considère 100 % de ses dépenses. Oui, alors on considère 0 %. Final bâton.

Dans la même veine, mais avec une formulation différente, un peu moins dure, des économistes croient qu'il faut demander aux festivaliers quelle était la motivation

principale de leur voyage à destination. S'ils répondent que c'est l'événement, eh bien, voilà, on compte leurs dépenses. Cette approche du « principalement » est l'approche qui a été retenue par le gouvernement du Québec, dans le Guide publiée en 2016. C'est l'approche qu'on a qualifiée de « restrictive ».

C'est en vertu de celle-ci qu'ont été diffusés depuis quelques années des résultats et qu'on a pu établir, par exemple, que l'édition 2017 du Jazz avait généré des retombées de 48,5 M \$, que St-Tite en était la même année à 45 M \$ et que le Grand Prix du Canada, pour son édition 2015, avait généré 42,4 M \$. Dans le cas du Jazz, ces 48,5 M \$ en retombées ont été obtenus avec des dépenses admissibles de 64,7 M \$ et ces mêmes dépenses admissibles ne comprennent que celles des touristes principalement centrés ou motivés.

Des économistes, tout aussi économistes si je puis dire, disent que tout ça est bien beau, mais que ça règle pas le cas du gars qui est venu au mariage de tout à l'heure, pas plus que celui de celle qui aime les beaux-arts ou de l'autre qui participe à trois festivals en un week-end et qui est peut-être directeur général du RÉMI ou ministre du Tourisme.

Ces festivaliers sont venus, ils ont participé... Bon, peut-être qu'ils ne seraient pas venus, n'eut été du mariage. Peut-être que oui. Enfin ! Alors, certains économistes disent, considérons-les partiellement. Demandons-leur, dans le sondage, d'estimer de 0 à 10 l'importance du Carnaval de Québec dans leur décision de se rendre à Québec. Et puis, en conséquence, attribuons à l'événement 40 % des dépenses du touriste qui aurait répondu à 4 sur 10, 70 % des dépenses de celui qui a répondu à 7 sur 10. Cette approche qu'on a défini comme l'approche « modulée » est souvent celle qui, par ailleurs, est utilisée au Canada anglais, notamment par quelques firmes très actives dans le domaine des études d'impact. De ce côté, on dit ajoutons ces dépenses des touristes partiellement « centrés » à celle des principalement « centrés » et nous aurons, une fois de plus, l'approche modulée, qui correspond à une certaine réalité.

En 2010, lors de la dernière étude du RÉMI avec SECOR/KPMG, la modulation n'y était pas. Lorsque les festivaliers répondaient qu'ils étaient venus à Montréal en partie pour le Festival Juste pour rire, par exemple, eh bien on imputait statutairement 50 % de leurs dépenses à l'événement. Il semblerait – et c'est ce qu'on m'a dit depuis – que de façon empirique, ces 50 % n'étaient pas loin de la réalité, mais cela dit, avec la modulation, avec la réponse donnée précisément par le festivalier, nous avons plus d'exactitude, de précision.

Pour le RÉMI, dans le cadre des travaux qui ont mené à l'adoption du Guide, il était donc important de préserver cette approche, de compter d'une façon ou d'une autre les « partiellement centrés ». Parce que c'est bien beau se comparer entre nous, mais qu'il serait bien aussi d'avoir des points de comparaison avec le reste du Canada, surtout qu'on est tous ensemble en représentation, à travers Festivals et Événements Majeurs Canada (FAME), auprès du gouvernement fédéral, pour qu'il crée un programme dédié à

la croissance de l'industrie. Et qu'il nous arrivait de voir, dans le Toronto Star et ailleurs, des chiffres, des gros chiffres... des pommes avec lesquels on voulait aussi comparer des pommes, autant que possible. Même si ça demeure un vrai problème, parce que des événements ne mettent pas toujours de l'avant l'ajout à la valeur ajoutée, mais plutôt les dépenses, ce qui est toujours un chiffre plus gros. Il y a aussi le fait que, selon notre compréhension, ailleurs on prend en considération les effets induits, alors qu'ici non.

Alors l'approche restrictive soit, mais l'approche modulée aussi, ne serait-ce que parce que tout ceci, c'est à dire la communication des deux résultats, en fonction des deux approches, ça a quelque chose d'éminemment pédagogique. Ça démystifie, ça explique. C'est transparent.

Un économiste m'écrivait récemment qu'il trouvait ça bien épouvantable que l'approche modulée soit là, qu'on y réfère même dans le Guide du gouvernement, parce que ça devrait être, selon lui, juste la restrictive. Je lui ai répondu :

« Vous n'aimez pas le poisson mais ce n'est pas une raison de vouloir l'enlever du menu, monsieur, non ? Vous pourrez très bien manger de la viande. »

Voilà un peu l'approche : les chiffres selon les deux méthodologies sont disponibles, en toute transparence et prenez-y ce qui vous plait.

Tout ce débat explique bien aussi la présence dans le Guide du gouvernement du Québec de cette phrase : (ouvrez les guillemets) « D'un côté, il y a les représentants des ministères et organismes gouvernementaux qui, en s'appuyant sur la littérature économique, proposent de ne retenir que les flux issus des agents extérieurs qui ont été engagés principalement à l'occasion de l'événement (centrés). De l'autre, il y a les représentants de l'industrie qui font référence à la pratique canadienne et à l'ouverture manifestée par certains experts consultés pour suggérer une modulation des dépenses en fonction du degré d'influence qu'a eu l'événement sur la présence du participant sur le territoire de référence (partiellement centrés). Cette nuance est importante puisque, selon le type d'événement, elle peut impliquer des écarts de retombées variant entre 5 % et 40 %. » (fin de la citation)

On pourrait passer à la troisième chose que je voulais vous dire en lien avec l'étude, mais juste avant, pour compliquer les choses... Au moins un économiste a dit que ni l'approche exclusive, ni l'approche modulée ne trouvait grâce à ses yeux et ce, malgré le travail du comité, le Guide et l'aval du gouvernement du Québec, la validation par des pairs. Sans doute le redira-t-il bientôt dans un média, alors aussi bien vous prévenir tout de suite... En fait, selon lui, il ne faudrait considérer que les retombées économiques engendrées par les touristes hors-Québec. Or, pour le moment, le Guide est muet à cet égard. On a bien la différenciation entre les dépenses des touristes hors-Québec et celles des touristes intra-Québec, mais on n'arrive pas directement à un chiffre sur les retombées pour autant.

Dans l'étude du Grand Prix de 2015 et les communications qui l'accompagnaient, on disait qu'environ 85 % des retombées économiques totales du Grand Prix provenaient des touristes hors Québec. Or, ce n'est pas exact : c'est le pourcentage des dépenses touristiques auquel on faisait alors référence et c'est ce qu'on a confirmé récemment en faisant notre propre étude. Nuance importante. C'est par une règle de trois un peu approximative qu'on pourrait arriver à estimer les retombées économiques attribuables aux touristes hors-Québec, pas par une approche scientifique validée au Guide et ailleurs.

Dans La Presse, récemment, Vincent Brousseau-Pouliot écrivait que « pour le FIJM, 60 % des retombées économiques sont l'œuvre de touristes hors Québec, soit 29,1 M \$ (sur les 48,5 de tantôt). » Fin de la citation. Si ceci devait être la base d'une troisième approche, en plus de la modulée et de la restrictive, il faudrait aussi ajouter une partie ou la totalité des retombées issues des dépenses d'opération. Dans le présent cas, la règle de trois voudrait que 60 % des dépenses d'opération soient retenues, donc vous n'avez que 60 % d'une scène, 60 % d'un écran géant et j'en passe. J'y reviendrai tout à l'heure quand s'afficheront les résultats.

Mais disons quand même que toute extrapolation en ce sens serait pour le moment le fruit d'un calcul maison qui n'est ni approuvé par le RÉMI, KPMG ou le ministère du Tourisme. Il y a un glissement des dépenses touristiques engendrées par les hors-Québec vers les retombées économiques occasionnées par les hors-Québec.

Malgré tout, dans l'étude, nous avons les données qui touchent aux dépenses occasionnées par des touristes hors-Québec, pour que nous ayons, encore ici, un maximum de données, en toute transparence. Pour reprendre mon exemple de tout à l'heure, il y a de la viande au menu (approche restrictive). Il y a du poisson aussi (approche modulée). S'il y en a qui veulent se faire du tofu à partir ces données, c'est à dire tenter de cerner le hors-Québec uniquement, c'est à eux d'y voir.

[CHANGEMENT DE DIAPO – Logo FAME + RÉMI + 50 événements + appuis]

La troisième et dernière chose, elle est, disons-le, plus politique. Pour le RÉMI, les résultats que je m'appête à vous dévoiler doivent amener les dirigeants et intervenants au dossier à placer leur action et leur réflexion sous deux angles, deux chapeaux : celui de la redistribution et celui de l'équité. Nous croyons que les résultats de l'étude sont exceptionnels, mais qu'ils pourraient l'être encore davantage.

En ce qui concerne la redistribution, c'est très simple, vous le savez : les événements ne touchent qu'une partie des dépenses qu'ils suscitent et c'est encore plus vrai lorsqu'ils sont gratuits. Ainsi, il est normal que les gouvernements, par la voie des subventions, pallient à ce modèle d'affaires imparfait.

Je l'ai dit et redit : 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, pour que la roue tourne ; le jour où les gouvernements, à tous les paliers, du municipal au fédéral, de même que d'autres instances, comme les Associations touristiques régionales, vont pleinement et justement jouer leur rôle de redistributeurs.

C'est tout particulièrement vrai au fédéral. Pourquoi le gouvernement canadien ne reconnaîtrait-il pas l'impact économique et touristique des événements, comme il le fait avec la F1 ? Pourquoi les relègue-t-il au Québec à des programmes qui ne les aident pratiquement qu'à la commercialisation hors-Québec (à Développement économique Canada) ou qui ne reconnaissent que, et seulement parfois, leur impact culturel, à Patrimoine canadien ?

C'est aussi vrai du côté des hôteliers et des associations touristiques régionales. Je salue d'ailleurs les représentants de Tourisme Montréal et des hôtels de Montréal, qui sont de précieux alliés (Ève, Pierre, etc.). Et je porte un chiffre à votre attention qui va vous aider à convaincre vos collègues, vos conseils d'administration : 63,8 M \$. C'est le montant laissé en hébergement par l'ensemble de ceux qui sont venus principalement à destination pour un des 17 événements de l'étude (ce qui inclut bien sûr l'économie collaborative). Et combien ces 17 événements reçoivent-ils de la part des cinq ATR concernées (Montréal, Québec, Mauricie, Montérégie et Lanaudière) ? Au total, moins de 2 M \$ par année. C'est dire qu'il faut pratiquement trois ans pour que tous les événements de l'étude touchent autant de la part de toutes les ATR concernées que le seul Grand Prix, en une année.

Cela m'amène aussi à parler du deuxième chapeau, celui de l'équité. L'année dernière, le gouvernement du Canada a investi à peine 2,6 M \$ de plus chez l'ensemble des 17 événements de l'étude par rapport au Grand Prix du Canada. Ce n'est pas une situation qu'on pourrait qualifier d'équitable. D'un côté, on a donc une injection de 7 millions \$ au Grand Prix, chaque année jusqu'en 2029 ; de l'autre, on a 9,7 M \$ pour l'ensemble des 17 événements de l'étude. Les retombées du groupe sont 6,85 fois celle du Grand Prix, mais la tarte qu'ils se partagent en groupe est à peine 1,38 fois plus grande que celle de la F1. Par une règle de trois, si les dollars étaient octroyés au mérite des retombées économiques, au prorata par rapport à ce qui est injecté au Grand Prix, qui serait alors l'étalon de mesure, ce n'est pas 9,2 M \$ que devrait investir le gouvernement fédéral dans les 17 événements, mais 48 M \$. FAME demandait encore récemment 45 M \$ pour l'ensemble du Canada, pas juste pour les 17, sachant entre autre que c'est qui était octroyé lors des années du Programme de manifestations de renom, le PMTR (45 M \$ à 50 M \$).

Soyons clairs : en ce qui concerne le RÉMI, le Grand Prix demeure un rendez-vous important à Montréal, pour le Québec et le Canada. Il faut assurer la pérennité de l'événement et les gouvernements le font très bien.

Aujourd'hui, nous voulons simplement que les gouvernements (et le public en général) reconnaissent un fait : il n'y a pas ou il n'y a plus que le Grand Prix de Formule 1 du Canada qui produit d'exceptionnelles retombées économiques.

En conséquence, il faudra tendre à partir de maintenant vers plus d'équité du côté des subventions. Non pas en réduisant l'apport financier à ce grand rendez-vous automobile, mais en haussant celui des autres autour, qui font eux aussi rayonner notre destination et qui cherchent à se développer.

Et si l'avenir du Grand Prix à Montréal est assuré jusqu'en 2029, on ne peut pas en dire autant de tous les événements de l'étude ou des autres membres du RÉMI, voilà le problème.

Nous avons salué, l'an passé, les efforts considérables du gouvernement du Québec et le travail remarquable de la ministre du Tourisme, Julie Boulet.

Nous aimerions beaucoup, l'an prochain à pareille date, pouvoir saluer de nouveaux efforts de la ministre du Patrimoine canadien, Mélanie Joly, de celle du Tourisme, Bardish Chagger, et de celui du Développement économique, Navdeep Bains.

Aux côtés du RÉMI, l'association canadienne Festivals et Événements Majeurs (FAME), qui regroupe une trentaine d'événements, demande depuis quelques années au gouvernement fédéral de mettre en place un programme dédié à la croissance des événements majeurs internationaux. Au total, quand on ajoute les membres du RÉMI, actifs comme affiliés, à ceux de FAME, c'est une coalition d'une cinquantaine d'événements qui demandent à être mieux soutenus. Et cette coalition recueille des appuis de l'extérieur, de villes et d'associations, dont les associations touristiques de l'Ontario, du Québec, de la Colombie-Britannique et du Nouveau-Brunswick.

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. Ils sont les mêmes depuis près de 10 ans. En vertu de ces deux programmes, les membres de FAME qui reçoivent des subventions de Patrimoine canadien se partagent annuellement environ 4,5 M \$.

Ici, au Québec, l'intervention de Développement économique Canada pour les régions du Québec est salutaire, mais les agences de développement régional dans les autres provinces interviennent peu ou pas du tout en faveur de l'industrie événementielle, comme l'a fait valoir FAME. Aussi, bien que DEC accepte parfois d'aider au développement de produit, l'aide de l'agence est surtout mise pour la commercialisation. Or, avant de vendre un produit, il faut le faire. Et ça demeure le défi des membres.

Il n'y a pas de raison d'attendre. L'étude le démontre : l'industrie événementielle peut être très payante. Plus on y injecte des fonds, plus les retombées sont démultipliées.

Et ce qui est fascinant, en marge de l'étude agrégée, c'est 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 \$. Voilà un argument supplémentaire pour semer davantage, pour ensuite récolter davantage.

D'ailleurs, je vous disais tout à l'heure que je reviendrais sur les études individuelles faites avant le Guide et celles faites après la publication du Guide, pour vous dire si elles étaient foncièrement différentes. Étions-nous vraiment dans le champ, en quelque sorte ? Non, en 2010, nous avons évalué que le Festival international de Jazz, en vertu de l'approche modulée, générait 63,3 M \$ au PIB. En 2017, sept ans et un débat méthodologique plus tard, nous en sommes à 67,6 M \$, toujours avec cette approche modulée.

Voilà, les trois petites choses dont il fallait parler. Vous êtes toujours là, pour les résultats de l'étude ?

[CHANGEMENT DE DIAPO – DIAPOS DE L'ÉTUDE]

[M. Roy présente les diapositives de l'étude, telles quelles. Retour au texte par la suite]

Donc, voilà, rendu ici, j'espère vous avoir démontré que nous avons pris le pari de la vérité. C'est important d'ajouter qu'on n'a jamais fait le contraire : on a, au fil des ans, toujours tenté, au meilleur de notre connaissance et de l'avancement de la science en quelque sorte, de faire ça. On a tenté, en même temps que des économistes de divers horizons, de comprendre, de lire une réalité qui se dessinait sous nos yeux, celle d'une industrie qui grandissait, qui attirait. Le défi était là et je crois qu'on le relève encore aujourd'hui.

Ceci conclut notre présentation ce midi. On se remet la vidéo, dans une autre version ?

[Présentation vidéo]

Nous prendrons maintenant quelques questions de la salle, si vous en avez.

En terminant, j'inviterais les dirigeants d'événements membres à se joindre à moi, pour notre traditionnelle photo de famille. Merci et bonne saison !