



Fédération culturelle
canadienne-française

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

**Consultations prébudgétaires
en prévision du budget de 2019**

3 août 2018

Liste des recommandations

Recommandation 1

- Que le Fonds du Canada pour la présentation des arts (FCPA) soit bonifié de 30 millions de dollars afin de renforcer les réseaux de diffusion partout au pays.

Recommandation 2

- Que le gouvernement mette en place des mesures pour que les entreprises étrangères qui font des affaires au Canada grâce à Internet perçoivent la TPS/TVH sur leurs ventes effectuées au Canada, qu'il s'agisse de biens tangibles ou intangibles.

Recommandation 3

- Qu'un observatoire sur les arts et la culture en francophonie canadienne soit créé afin d'assurer la recherche, la collecte et l'analyse des données relatives à la situation de l'espace culturel et artistique francophone au sein des communautés francophones et acadienne (CFA) au pays.

Recommandation 4

- Qu'un centre d'expertise en innovation sociale pour le secteur des arts et de la culture en francophonie canadienne soit mis sur pied pour assurer le développement optimal d'un réseau de hubs créatifs en francophonie canadienne.

Préambule

La Fédération culturelle canadienne-française (FCCF) est la voix nationale des arts et de la culture en francophonie canadienne. Son réseau rassemble sept regroupements nationaux en théâtre, en littérature, en chanson-musique, en arts médiatiques et en arts visuels, 13 organismes œuvrant au développement culturel et artistique dans onze provinces et territoires du Canada, ainsi qu'un regroupement de réseaux de diffusion et une alliance de radios communautaires.

Les présentes recommandations découlent de consultations avec les 22 membres de la FCCF représentant plus de 3125 artistes et 150 organismes œuvrant dans plus de 180 CFA.

Dans le présent mémoire, le terme « francophonie canadienne » désigne l'ensemble des communautés francophones et acadienne en situation minoritaire au Canada.

La FCCF, via son président **M. Martin Théberge**, souhaiterait présenter ses recommandations dans le cadre des consultations prébudgétaires qui auront lieu à l'automne 2018.

Recommandation 1

Bonification du financement au Fonds du Canada pour la présentation des arts (FCPA) de 30 millions de dollars par année afin de dynamiser la diffusion sur les plans domestique et international.

Justification

Cette recommandation fait écho à celle formulée par la Coalition canadienne des arts dans son mémoire dans le cadre des consultations prébudgétaires pour le Budget 2019.

Le Fonds du Canada pour la présentation des arts (FCPA) fournit une aide financière aux organismes qui présentent des festivals artistiques ou des saisons de spectacles professionnels, ainsi qu'aux organismes qui soutiennent des diffuseurs artistiques. Grâce au FCPA, les Canadien.ne.s ont accès à des expériences artistiques professionnelles variées dans leurs collectivités.

Le développement de nouveaux auditoires contribue à la vitalité et pérennité du secteur des arts et de la culture dans les CFA. Concrètement, le FCPA permet l'organisation de tournées et prestations artistiques dans nos communautés et ailleurs. Ces fonds étant saturés, plusieurs organismes ne peuvent y accéder en dépit des besoins importants du secteur.

Dans un contexte où le gouvernement canadien cherche à ouvrir de nouveaux marchés et à trouver de nouveaux créneaux pour les entrepreneurs créatifs canadiens, il est impératif que ces efforts soient appuyés par des réseaux de diffusion solide qui permettent aux artistes et aux entrepreneurs culturels de prendre leur envol.

Le secteur culturel représente un pan important de la main-d'œuvre canadienne. En 2016, on répertoriait 652 406 emplois liés à la culture, soit 3.5% de l'emploi total au Canada. Cela représente 53.8 milliards de dollars en contribution au PIB¹. Les investissements directs en production et diffusion influenceront directement les salaires et conditions de travail du secteur. Un secteur artistique en bonne santé entraînera inévitablement des retombées économiques importantes dans nos communautés. Qui plus est, un financement accru et adéquat du réseau de

¹ <https://bit.ly/2OFdCzl>

diffusion au Canada est central au succès à moyen et long terme d'une stratégie d'exportation des industries culturelles.

Action

La FCCF demande que le FCPA soit bonifié afin de renforcer les réseaux de diffusion partout au pays et faire en sorte que nos artistes puissent être vus et entendus des publics d'ici et d'ailleurs. Cet investissement pourrait être réparti sur une période de 3 ans, dès 2019-2020 pour atteindre 30 millions de dollars par année d'ici 2021-2022.

Coût estimé : 30 millions de dollars par année (d'ici 2021-2022)

Bénéficiaires : Artistes, artisans, industries et entreprises culturelles, travailleurs culturels et tous les publics à travers le pays.

Impact : En permettant d'accroître l'offre de manifestations culturelles et artistiques par le biais des réseaux de diffusion, cette mesure ouvrira davantage les possibilités de développement des arts dans toutes les CFA. Ces investissements assureront une meilleure compétitivité des entreprises qui font partie d'un écosystème en constante évolution d'où l'importance que le financement disponible n'accuse pas de retard fragilisant la compétitivité du Canada.

Recommandation 2

Mise en place des mesures pour que les entreprises étrangères qui font des affaires au Canada grâce à Internet perçoivent la TPS/TVH sur leurs ventes effectuées au Canada, qu'il s'agisse de biens tangibles ou intangibles.

Justification

Cette recommandation s'inspire des priorités de la Coalition pour la culture et les médias. Cette dernière décrit la présente situation d'iniquité ainsi :

« Les lois fiscales canadiennes sont toutes issues d'une époque où Internet n'existait pas. Les transactions commerciales électroniques sont donc soumises aux règles générales de la TPS et de la taxe de vente harmonisée (TVH), et assujetties aux lois actuelles. Pour obliger un commerçant à percevoir les taxes, celui-ci doit absolument avoir une présence physique au Canada. Les règles actuelles prévoient que, dans le cas des fournisseurs situés à l'extérieur du Canada, le client canadien doit verser par autocotisation les taxes payables à l'égard des biens et des services acquis par Internet auprès de ces fournisseurs sauf dans le cas des biens meubles corporels importés au Canada. Dans les faits, l'obligation d'autocotisation n'est pas respectée – en grande partie par ignorance. Par ailleurs, il est pratiquement impossible pour les autorités fiscales d'en contrôler l'application. »²

Le Canada n'est pas le seul pays à faire face à ce défi fiscal et tarde à agir dans ce dossier malgré les demandes répétées des principaux acteurs du milieu. Pourtant, les exemples de succès dans l'application de la TVA/TPS ne manquent pas. L'OCDE a achevé en 2015 une série de principes directeurs pour l'application de la TVA/TPS³. Ces derniers ont été approuvés par 104 juridictions et organisations internationales⁴.

Dès janvier prochain, la province de Québec percevra sa taxe de vente (TVQ) sur tous les biens et services intangibles offerts grâce à Internet.

² <https://bit.ly/2ABoJ9k>

³ OCDE, Principes directeurs internationaux pour la TVA/TPS, Éditions OCDE, Paris, 2017

⁴ Ibid p. 4.

Action

Modifier la *Loi sur la taxe d'accise*⁵ pour qu'elle s'applique aux entreprises qui vendent des biens et services numériques destinés à la consommation au Canada, peu importe où l'entreprise est située, conformément aux directives internationales sur la TVA/TPS.

Coût estimé : Aucun coût

Bénéficiaires : Entreprises canadiennes et tou.te.s les Canadien.ne.s

Impact : L'impact de cette mesure se fera sentir surtout du côté des entreprises canadiennes qui offrent des produits et des services grâce à Internet qui sont perçus comme étant plus chers que les services étrangers. Ainsi, la compétitivité des entreprises canadiennes sera grandement améliorée et l'équilibre entre les différents joueurs de cet écosystème sera rétabli. L'ensemble des Canadien.ne.s pourront bénéficier des recettes permettant de financer les dépenses de programmes. La fiscaliste Marwah Rizqy, de l'Université de Sherbrooke, évalue que pour les seules ventes publicitaires de Facebook et Google, les gouvernements canadiens pourraient aller chercher jusqu'à 700 millions de dollars annuellement avec une telle mesure⁶.

⁵ Loi sur la taxe d'accise (L.R.C. (1985), ch. E-15)

⁶ <https://bit.ly/2ADCR1R>

Recommandation 3

Création d'un observatoire sur les arts et la culture en francophonie canadienne afin d'assurer la recherche, la collecte et l'analyse des données relatives à la situation de l'espace culturel et artistique francophone.

Justification

Le secteur des arts et de la culture en francophonie canadienne a bien accès, ici et là, à certaines données, tirées de rapports ou de banques statistiques, qui lui permettent, ponctuellement, d'étayer ses positions ou de nourrir des discussions avec certaines institutions cibles. Mais il ne peut s'appuyer sur une base d'information organisée et régulièrement mise à jour lui donnant facilement et rapidement un portrait d'ensemble de la situation pour ce secteur.

Cette initiative nous permettra de fournir aux organismes du secteur artistique et culturel les moyens de mesurer leur propre efficacité et ainsi, mieux agir sur le développement social et économique des CFA. De plus, elle contribuera à atteindre les objectifs et visions du cadre stratégique du Canada créatif ⁷.

Action

Que le ministère des Finances appuie financièrement la création d'un observatoire sur les arts et la culture en francophonie canadienne au sein de Statistique Canada chargé de produire et de diffuser des statistiques publiques et des analyses sur les activités de la culture en francophonie canadienne.

Coût estimé : 300 000 dollars par année⁸

Bénéficiaires : Industries culturelles, organismes de services aux arts et de développement culturel en francophonie canadienne, les bailleurs de fonds, ainsi que les tou.te.s les Canadien.ne.s qui auront accès à des données fiables sur le dynamisme culturel francophone au pays.

Impacts : Le gouvernement s'est engagé à effectuer les virages nécessaires à l'élaboration éventuelle d'une politique culturelle renouvelée au Canada. Cet observatoire apparaît comme un investissement clé pour comprendre l'apport du

⁷ LE CADRE STRATÉGIQUE du Canada créatif, p.5

⁸ N'inclut pas les revenus autonomes potentiels pour des travaux statistiques réalisés pour différents clients.

secteur des arts et de la culture en francophonie comme moteur de développement et de création d'emplois, et permettra d'apprécier l'impact des investissements du gouvernement ici et à l'international.

Recommandation 4

Qu'un centre d'expertise en innovation sociale pour le secteur des arts et de la culture en francophonie canadienne soit mis sur pied pour assurer le développement optimal d'un réseau de hubs créatifs en francophonie canadienne.

Justification

Dans son budget de 2017, le gouvernement a annoncé un investissement additionnel de 300 millions de dollars sur dix ans pour appuyer davantage les hubs créatifs et les espaces culturels.⁹

Le succès d'un tel projet d'infrastructure repose en grande partie sur des espaces de collaboration où des outils, de la formation, de l'équipement et du mentorat sont à la disposition des entrepreneurs créatifs. L'activation d'un réseau de hubs créatifs nécessite le déploiement d'une expertise dans le domaine de l'innovation sociale. Or, ce volet ne fait pas partie des dépenses admissibles dans le cadre de ces investissements en infrastructures. En fait, aucun ministère fédéral n'a prévu de financer ce genre d'activités pourtant essentielles au bon fonctionnement et qui rend cohérent l'ensemble de ce projet novateur.

Action

Que le gouvernement mette sur pied, à titre expérimental, un centre d'expertise en innovation sociale où une équipe mobile offre des services et des outils aux bénéficiaires du réseau de hubs créatifs en francophonie canadienne.

Coût estimé : 800 000\$ par année¹⁰

Bénéficiaires : Artistes, artisans, entrepreneurs, organismes qui œuvrent au sein des CFA à travers le pays souhaitant bénéficier du réseau de hubs créatifs sur leur territoire. Les Canadien.ne.s vivant au sein des CFA.

Impacts : Une fois le réseau activé, grâce aux investissements souhaités, les impacts seront tangibles au sein des CFA puisque les opportunités offertes de formations, de création et d'échange seront multipliées, ce qui dynamisera l'ensemble de l'écosystème. Ces outils et ressources disponibles seront créateurs

⁹ <https://bit.ly/2lUs97x>

¹⁰ Estimations de salaires, développement, recherche, communications, animation, déplacements.

de richesses pour nos communautés. Cela se traduira par une compétitivité accrue du secteur qui entraînera à coup sûr des perspectives professionnelles intéressantes et nouvelles.